
Moda Circular e Brechós em Brasília: Consumo, Sustentabilidade e Cultura Alternativa¹

Iasmin Vogado Veras²

Leandro Rolim³

UniProjeção – Centro Universitário

Resumo

A moda circular tem se consolidado como uma alternativa sustentável frente ao consumo desenfreado das fast fashions. Esse modelo prioriza a produção rápida e em larga escala de roupas, seguindo tendências momentâneas. Este trabalho investiga o papel dos brechós, especialmente da Feira ao Desapego, como agentes de transformação cultural e social no Distrito Federal, promovendo a moda circular. A partir de uma abordagem interdisciplinar, envolvendo comunicação, moda e sustentabilidade, analisamos como essas práticas ressignificam valores de consumo e identidade. O estudo também discute curadoria, estratégias de comunicação e a relação afetiva com peças de segunda mão. Por meio de uma análise qualitativa, apontamos a moda circular como expressão cultural contemporânea, incentivando o consumo consciente e o senso de pertencimento.

Palavras Chave: moda circular, brechós, sustentabilidade, consumo consciente, comunicação e moda

1. Introdução

A partir das últimas décadas, os debates em torno da sustentabilidade têm provocado uma revisão profunda nos hábitos de consumo em diferentes setores, sendo a indústria da moda um dos mais impactados. A emergência de modelos de produção e consumo sustentáveis desafia práticas tradicionais e aponta para novas formas de relação entre produto, consumidor e meio ambiente. Dentro desse cenário, a moda circular emerge como um movimento de resistência ao consumo excessivo e ao descarte acelerado de peças. Essa abordagem propõe a extensão do ciclo de vida dos produtos, incentivando a reutilização, a reciclagem e o reaproveitamento de materiais, ao invés da produção em massa e do consumo descartável típico das fast fashions. Além disso, a moda circular estimula um comportamento de consumo mais consciente, em que o consumidor passa a valorizar a durabilidade, a qualidade e a história das peças, repensando seu papel dentro da cadeia produtiva. Dessa forma, a adoção desses novos modelos representa não apenas.

¹Trabalho apresentado na IJ02 – Publicidade e Propaganda, da Intercom Júnior – 19ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Estudante de Graduação, 5º Semestre, do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Projeção, e-mail: iasminvogado@gmail.com

³Orientador do trabalho e professor do curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda do UniProjeção, e-mail: leandro.rolim@projecao.br

uma transformação estética ou de mercado, mas uma mudança cultural e social que redefine o significado de moda nos dias atuais.

2. Moda Circular e Brechós: Transformações no Consumo de Moda

2.1 Moda Circular e Sustentabilidade na Indústria Têxtil

A indústria da moda é reconhecida como uma das mais poluentes do mundo, responsável por um volume significativo de resíduos e emissões de carbono (BERLIM, 2012). A cultura do descarte rápido, potencializada pelo modelo das fast fashions, estimulou um consumo desenfreado, com produção em massa e ciclos de moda cada vez mais curtos, o que intensifica a geração de resíduos e fortalece hábitos de consumo cada vez mais passageiros e vazios de significado.

Segundo Lipovetsky (2009), a moda sempre refletiu os anseios e transformações sociais, sendo um espelho das tensões culturais de cada época. No entanto, o consumo acelerado imposto pelo capitalismo contemporâneo trouxe à tona questionamentos éticos sobre os impactos ambientais e sociais da produção têxtil.

A moda circular surge como uma resposta a essa crise. Seu objetivo central é prolongar o ciclo de vida dos produtos, reduzir o desperdício e incentivar práticas de reaproveitamento e reciclagem de materiais (EXAME, 2010). Dentro desse contexto, os brechós se posicionam como agentes facilitadores da circulação consciente de peças, promovendo um novo olhar sobre o ato de consumir.

Além disso, segundo Barbosa (2007), a moda pode ser entendida como uma linguagem não-verbal, um sistema simbólico que comunica pertencimento, ideologias e posicionamentos sociais. O consumo de peças de segunda mão, portanto, não é apenas uma escolha econômica, mas também uma manifestação estética e política, configurando-se como uma forma de resistência frente a esse sistema de consumo desenfreado.

Figura 01- Compradora da Feira de Brechó Ao Desapego



Fonte: Instagram do Ao desapego

2.2 Cultura do Brechó e a Ressignificação do Consumo

Os brechós representam muito mais que pontos de venda de roupas usadas. Eles configuram espaços de resistência ao consumo massificado e de valorização da memória afetiva dos objetos. Cada peça carrega uma história, um passado, um significado particular que é resgatado e ressignificado no momento da escolha e aquisição pelo novo consumidor.

A curadoria dos brechós, por sua vez, se apresenta como um processo de seleção afetiva e estética. Diferente das lojas tradicionais, o critério de escolha das peças passa por uma análise subjetiva do curador, que busca apresentar ao público itens que dialoguem com tendências de moda, sustentabilidade e autenticidade.

No caso da Feira ao Desapego, essa curadoria é ampliada por um ambiente que promove trocas simbólicas, afetivas e culturais. O evento não apenas vende roupas, mas também promove oficinas, rodas de conversa e ações educativas que reforçam os

princípios da moda consciente. A feira transforma o ato de comprar em uma experiência de aprendizagem e reflexão.

Além disso, a relação entre consumidor e produto é ressignificada. Segundo James Laver (apud CRANE, 2006), a roupa é uma expressão direta das tensões sociais e econômicas de seu tempo.

Nos brechós, esse elemento se intensifica ao permitir que o consumidor acesse peças que carregam outros contextos, histórias e significados, promovendo um consumo mais crítico e menos impulsivo.

3. A Feira ao Desapego: Um Estudo de Caso

3.1 Histórico e Relevância Cultural

Criada em 2011 por Carol Monteiro, a Feira ao Desapego surgiu com o propósito de democratizar o acesso à moda sustentável no Distrito Federal. Inicialmente, o evento teve caráter pequeno e intimista, mas com o passar dos anos, ganhou projeção regional, atraindo um público diversificado e consolidando-se como um dos principais espaços de fomento à moda circular em Brasília.

A Feira ao Desapego se diferencia de outros eventos por sua proposta inclusiva e pela curadoria afetiva das peças comercializadas. Mais do que um espaço de compra e venda, o evento se tornou um ambiente de troca de saberes, culturas e experiências entre consumidores, expositores e a comunidade local.

A programação da feira vai além da exposição de produtos. São realizadas palestras, oficinas de customização, rodas de conversa sobre consumo consciente e apresentações artísticas que reforçam o caráter cultural do evento. Essa integração entre moda, arte e sustentabilidade contribui para a formação de uma consciência crítica sobre o ato de consumir, promovendo um novo olhar sobre o ciclo de vida das roupas.

Conforme destaca Berlim (2012), iniciativas como a Feira ao Desapego são fundamentais para a construção de novos hábitos de consumo, uma vez que aproximam o público das práticas sustentáveis de maneira leve e acessível.

Figura 02- Carrossel postado no Instagram da Feira de Brechós Ao desaparego



Fonte: Instagram da Feira do Ao desapego.

3.2 Consumo Consciente e Identidade de Marca

A identidade da Feira ao Desapego é construída por meio de uma comunicação visual afetiva, que valoriza a autenticidade, o pertencimento e a conexão emocional com o público. Desde a escolha das cores e tipografias utilizadas nos materiais gráficos até a ambientação do espaço físico da feira, os elementos visuais são pensados de forma a reforçar os princípios de coletividade, diversidade e sustentabilidade. A presença de aspectos artesanais e de uma estética que remete ao feito à mão contribui para transmitir uma imagem de consumo mais humanizado e próximo da realidade dos pequenos produtores.

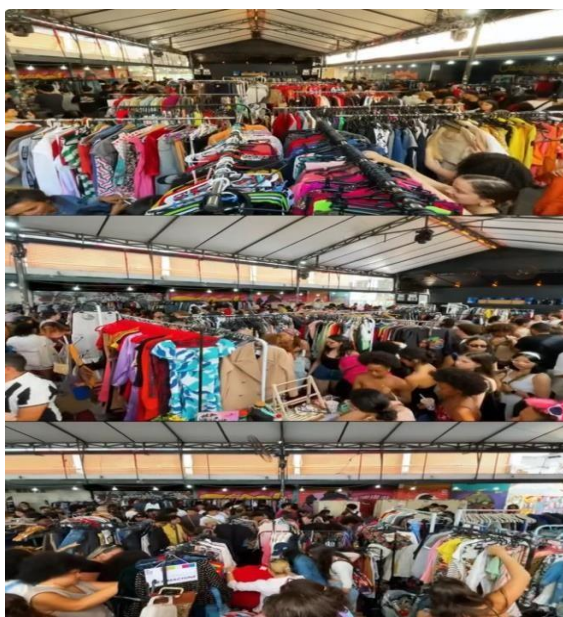
A linguagem adotada nas redes sociais, principalmente no Instagram, caracteriza-se por ser acessível, acolhedora e alinhada aos valores do público-alvo, que busca transparência e propósito nas marcas que consome. A Feira ao Desapego utiliza intensamente essa plataforma como principal meio de divulgação, promovendo não apenas os produtos e expositores participantes, mas também conteúdos educativos relacionados à moda consciente, à sustentabilidade e ao consumo responsável. São frequentemente publicadas postagens com dicas de reaproveitamento de peças, informações sobre os impactos ambientais da indústria da moda e campanhas de engajamento comunitário, como ações de doação ou troca de roupas.

Segundo Lipovetsky (2009), o consumo de moda ultrapassa o aspecto funcional, tornando-se um importante meio de expressão identitária. Nesse sentido, os frequentadores da Feira ao Desapego assumem um papel ativo na construção de suas narrativas de consumo, utilizando as peças adquiridas como forma de expressar seus

valores, preferências estéticas e posicionamentos sociais. Muitas dessas experiências são compartilhadas nas redes sociais, ampliando o alcance da mensagem e incentivando outros consumidores a repensarem seus hábitos de consumo.

Além de estreitar o vínculo emocional com o público, o evento também contribui para o fortalecimento da economia local. A Feira ao Desapego oferece visibilidade a pequenos empreendedores, artesãos e estilistas independentes que compartilham da mesma filosofia sustentável. Dessa forma, o evento não apenas movimenta a economia regional, mas também estimula práticas de produção mais éticas e responsáveis, promovendo uma rede colaborativa entre os participantes e reforçando o senso de comunidade.

Figura 03- Local de realização da Feira e Brechós Ao Desapego



Fonte: Instagram Ao desapego

4. Comunicação, Branding e Estilo de Vida Sustentável

4.1 Estratégias de Comunicação nos Brechós

A comunicação dos brechós em Brasília, especialmente dos participantes da Feira ao Desapego, é caracterizada por uma abordagem humanizada e personalizada. As peças são apresentadas ao público de forma afetiva, com descrições que valorizam a história do produto e com uma estética visual que privilegia o real, o espontâneo e o não padronizado.

Essa estratégia contrasta com as campanhas tradicionais de moda fast fashion, que geralmente focam em tendências passageiras e consumo em massa. Nos brechós, o storytelling é central: a história por trás de cada peça se torna um fator de decisão para o consumidor.

Segundo Barbosa (2007), a moda enquanto linguagem é capaz de produzir sentidos simbólicos complexos, transmitindo valores culturais, sociais e individuais. As estratégias de branding adotadas pelos brechós locais refletem esse conceito ao promover um consumo mais consciente e crítico.

Outro aspecto importante é o uso das mídias sociais como principal canal de comunicação, plataformas como Instagram e Facebook são utilizadas para criar campanhas de conscientização, apresentar novas peças e interagir com os consumidores de maneira direta e personalizada.

4.2 Narrativas de Consumo e Público-Alvo

O público da Feira ao Desapego caracteriza-se por um perfil alternativo, plural e engajado, composto por consumidores que demonstram interesse por práticas de consumo mais conscientes e alinhadas a valores sociais, culturais e ambientais. Independentemente da idade, essas pessoas compartilham uma visão crítica sobre os impactos da indústria da moda e buscam por marcas e experiências que expressem autenticidade, responsabilidade socioambiental e conexão com propósitos coletivos. Assim, a Feira se consolida como um espaço que transcende a lógica comercial, promovendo vivências que dialogam com novos significados do consumo.

As narrativas de consumo exploradas nos brechós, especialmente na Feira ao Desapego, vão ao encontro desse perfil, oferecendo experiências de compra que valorizam a individualidade, a história e o significado de cada peça, além de reforçar o impacto social positivo gerado por escolhas sustentáveis. O ato de comprar em um brechó vai além da simples transação comercial; trata-se de um processo simbólico que envolve a ressignificação de peças, a valorização da economia local e o incentivo à moda circular.

Além disso, a Feira ao Desapego cria um espaço de pertencimento e expressão, onde os consumidores têm a oportunidade de construir e afirmar suas identidades por meio das roupas e acessórios adquiridos. Nesse ambiente, valores como criatividade, diversidade e sustentabilidade são constantemente reforçados e celebrados. Segundo Crane (2006), a moda é um campo simbólico no qual se articulam processos de distinção

e identificação social. Dentro desse contexto, os brechós, e de forma particular a Feira ao Desapego, cumprem um papel social relevante ao oferecer ao público uma alternativa estilística e comportamental ao consumo tradicional, contribuindo para a formação de novos significados culturais em torno da moda e do consumo consciente.

5. Considerações Finais

A pesquisa sobre a moda circular e o papel dos brechós em Brasília, com foco na Feira ao Desapego, evidencia que o consumo consciente de moda ultrapassa o campo da estética e se insere como uma prática social, política e cultural.

Os brechós representam uma ruptura com os padrões de consumo impostos pela indústria da moda tradicional, oferecendo ao público novas formas de relação com o vestuário. A Feira ao Desapego, por sua vez, consolida-se como um espaço de resistência, aprendizado e transformação social, contribuindo para o fortalecimento de uma cultura de consumo mais ética e sustentável.

Diante das análises realizadas, compreende-se que a moda circular não é apenas uma tendência passageira, mas uma resposta necessária aos desafios ambientais e sociais contemporâneos. Os brechós, especialmente aqueles que atuam de forma engajada como a Feira ao Desapego, são agentes de mudança cultural, promovendo a reflexão sobre o impacto das escolhas de consumo e incentivando práticas mais conscientes e responsáveis.

A partir da análise realizada, foi possível compreender como a Feira ao Desapego se configura como um espaço relevante na promoção da moda circular em Brasília, reforçando práticas sustentáveis e fortalecendo o vínculo entre consumo e consciência socioambiental. O objetivo de investigar a relação entre os valores do público e as dinâmicas da feira foi alcançado, revelando um perfil consumidor engajado, crítico e em busca de experiências autênticas. Os resultados apontam que iniciativas como essa não apenas oferecem alternativas ao consumo tradicional, mas também ampliam o debate sobre responsabilidade social e cultural na moda. Dessa forma, a Feira ao Desapego evidencia o potencial transformador dos brechós enquanto agentes de mudança dentro do cenário contemporâneo.

6. Referências

BARBOSA, Marcia. **O que é Moda**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

BERLIM, Fernanda. **Moda e Sustentabilidade: Uma reflexão necessária**. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2012.

CNN. **O que é “Fast Fashion” e quais são os seus problemas**. Site CNN, 2023.

<https://www.cnnbrasil.com.br/lifestyle/o-que-e-fast-fashion-e-quais-sao-os-seusproblemas/>

CRANE, Diana. **A Moda e seu Papel Social**. São Paulo: Senac, 2006.

EXAME. **O que é moda circular?** Revista Exame, 2010. <https://exame.com/esg/o-que-emo-da-circular-como-praticar-e-quais-sao-seus-beneficios/>

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.