

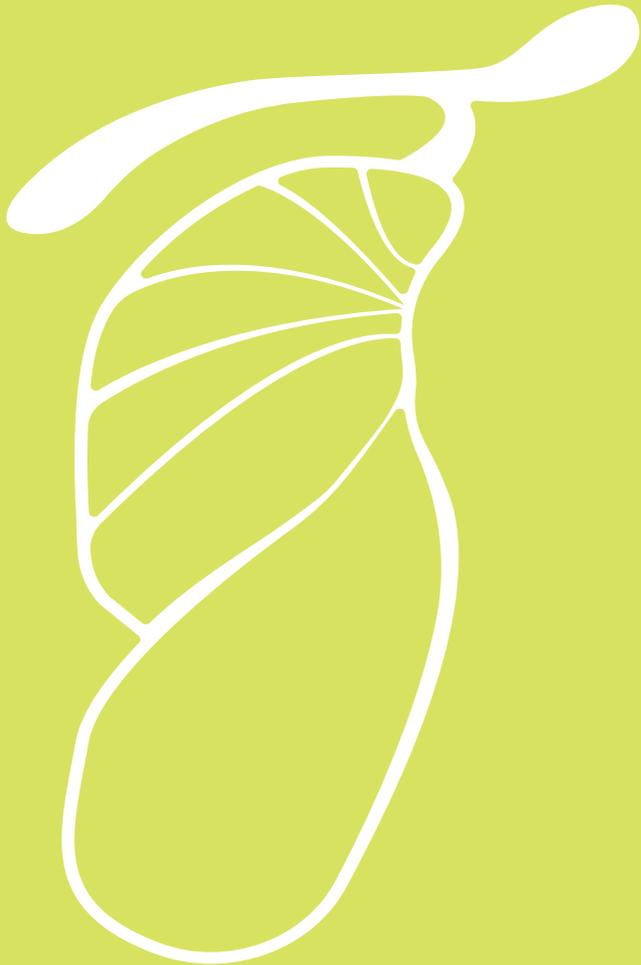
Universidade do Estado do Rio de Janeiro  
Escola Superior de Desenho Industrial

# casulo

**Brechós e customização como  
práticas sustentáveis**

Laura Gadelha e Silva

Relatório de Trabalho de Conclusão de Curso  
Orientador: Daniel Portugal  
RIO DE JANEIRO | Junho de 2021



## Agradecimentos

---

Primeiramente, gostaria de agradecer meus pais e à minha irmã por sempre me incentivarem nas minhas escolhas e por terem feito o melhor para me dar suporte. Passamos anos muito difíceis, mas hoje posso dizer que encerramos um ciclo e começamos um novo. É um pouco sobre isso, transformações e ciclos. Obrigada por serem tão companheiros. Gostaria também de agradecer minha tia Margô por desde criança me incentivar a ler e estudar, e também me dar suporte na jornada acadêmica.

Quero agradecer a meu orientador Daniel por acompanhar minha trajetória desde a iniciação científica, me ajudando a construir um repertório tanto para este trabalho quanto para as jornadas futuras. Obrigada por me guiar.

Por fim, agradeço aos Lendários, à KILL e à todos os meus amigos que me aturam surtando todo dia, e que mesmo na pandemia me deram apoio e bons momentos. Podem contar comigo.

## Sumário

---

<b>I. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>3</b>	19. Revista .....	<b>61</b>
1. Contextualização do tema .....	<b>4</b>	20. Embalagem.....	<b>70</b>
2. Objetivos .....	<b>5</b>	<b>VI. PROCESSO DE CRIAÇÃO</b> .....	<b>72</b>
3. Metodologia .....	<b>6</b>	21. Rascunhos e execução .....	<b>73</b>
<b>II. PESQUISA</b> .....	<b>7</b>	22. Testes de aplicação .....	<b>83</b>
4. Elementos para um design sustentável .....	<b>8</b>	<b>VII. ENCERRAMENTO</b> .....	<b>88</b>
5. Fluxo das roupas no mercado de usados .....	<b>11</b>	23. Considerações finais .....	<b>89</b>
6. Entrevista com brechós .....	<b>18</b>	24. Refrências .....	<b>91</b>
7. Enquete com possíveis usuários .....	<b>21</b>	<b>ANEXO I</b> .....	<b>92</b>
<b>III. DESENVOLVIMENTO</b> .....	<b>24</b>	<b>ANEXO II</b> .....	<b>102</b>
8. Critérios norteadores.....	<b>25</b>	<b>ANEXO III</b> .....	<b>119</b>
9. Público .....	<b>26</b>		
10. Proposta .....	<b>34</b>		
11. Análise de similares .....	<b>36</b>		
<b>IV. A MARCA</b> .....	<b>39</b>		
12. Conceito .....	<b>40</b>		
13. Comunicação .....	<b>40</b>		
14. Identidade .....	<b>42</b>		
15. Aplicações .....	<b>44</b>		
<b>V. KIT THALITA'S COTTAGE</b> .....	<b>47</b>		
16. Parceria com o brechó .....	<b>48</b>		
17. Identidade do kit .....	<b>51</b>		
18. Itens do kit .....	<b>55</b>		

# I. INTRODUÇÃO



## 1. Contextualização do tema

---

*Slow Fashion* é um termo que se refere ao consumo consciente no mercado da moda, valorizando uma produção que respeita os trabalhadores envolvidos na produção e a diminuição do impacto ambiental. Ele foi criado quando Angela Murrills (2004) escreveu um artigo para o site *Georgia Straight* falando pela primeira vez sobre “roupas lentas” comparando-as com o movimento *Slow Food*, que existe como uma contraposição ao *fast food*. Ela fala sobre os prazeres de se vestir, conhecer o produto e até mesmo o de fazer a peça em casa, que foram substituídos por uma relação superficial com a roupa. Isso se dá em decorrência de um mercado que prioriza atender ao máximo de pessoas de forma veloz, por um preço baixo, estimulando a rápida obsolescência e gerando resíduos poluentes.

O estoque morto dessas lojas, ou seja, o que não foi vendido e deixou de ser tendência, é enviado em containers para outros países mais pobres lidarem e venderem internamente, como é o caso do Mercado de Kantamanto no Gana. Apesar do mercado de usados ser relevante para a região, ele é baseado em trabalho mal remunerado e também gera um grande descarte do que não está em boas condições de ser vendido. O resultado são crises éticas e ambientais locais. (The OR Foundation, s.d.)

A economia circular, segundo o site da Fundação Ellen MacArthur (Ellen MacArthur Foundation, s.d.), é um modelo econômico que repensa a industrialização, não como ela ocorre em sistemas de produção com uma cadeia de linear onde há uma extração se-

guido pela fabricação e resultando em descarte. Mas sim, como um metabolismo que se retro-alimenta e devolve nutrientes para o meio ambiente. Isso implica na ideia de que um produto pode ser tanto projetado para se manter o máximo possível em uso, quanto para ser descartado de uma maneira que alimentará outro sistema, ou seja, reciclado ou decomposto por organismos vivos.

Apesar da predominância do modelo *fast fashion* de produção, o nicho dos brechós e bazares têm se expandido para um público maior. A criação de plataformas de revenda online como o site americano *Thredup*, e o brasileiro Enjoei, é um dos motivos para essa popularização. De acordo com uma pesquisa realizada pelo *ThredUp* para seu relatório anual (Thredup, 2020), a relação com o consumo de itens de segunda mão está mudando. O percentual de pessoas que querem comprar mais usados nos próximos meses é de 44%, enquanto os que querem comprar em lojas de departamento é de 7%, e 66% das pessoas não pretendem mais comprar nesses lugares. A pesquisa também prevê que em 2029 o mercado de revenda e doação vai valer quase o dobro do que o das marcas *fast fashion*. É possível concluir que existe um cenário onde é possível substituir um mercado de bens recém fabricados por um que relança o que já existe, como proposto pelo modelo de economia circular.

Os brechós e bazares ainda são vistos com certos estigmas, os quais na pesquisa pude identificar mais especificamente (ver capítulos 6 e 7). Para desmistificar esse tipo de consumo,

influencers como a youtuber brasileira Nátaly Neri falam abertamente sobre suas experiências e motivações. Ela fez um vídeo falando sobre o tabu de que a roupa usada carrega o espírito do dono anterior (NERI, 2020a). Para incentivar seus espectadores a comprarem exclusivamente de segunda mão, ela criou a hashtag #MeuGuardaRoupaDeBrechó (NERI, 2020b). Outro canal de youtube que está tratando do garimpo em bazares é o gringo Bestdressed, por Ashley Rous, que popularizou a tag *Thrift Flip* (ROUS, 2020), que consiste em pegar as roupas que encontrou usadas e adapta-las ao gosto pessoal com a máquina de costura. Esses influencers também são responsáveis por fomentar o interesse pelos brechós em um público abrangente.

É possível concluir que o mercado de segunda mão pode ser uma ferramenta importante para transformar a indústria têxtil atual, por ser uma alternativa que se retro-alimenta e evita o descarte das roupas. E que, mesmo ganhando popularidade recentemente, esse tipo de consumo ainda enfrenta dificuldades para se tornar a primeira opção do público geral.

## 2. Objetivos

---

### Objetivos gerais

O objetivo do meu projeto é atuar na dinâmica de consumo sustentável na moda, observando como brechós e a customização podem ser relevantes.

### Objetivos específicos

- Compreender e tratar de questões de ecodesign relacionadas à moda
- Investigar como microempreendedores, artistas e instituições se responsabilizam por alimentar o mercado de segunda mão.
- Entrar em contato com brechós para identificar dificuldades e estigmas.
- Desenvolver um produto ou serviço que incentive o consumo de segunda mão em parceria com brechós.

### 3. Metodologia

---

Comecei a pesquisa pela leitura de referências que me auxiliaram a compreender sobre como a questão da sustentabilidade se dá na moda, observando critérios e soluções propostas (ver capítulo 4). Com isso, observei a relação do mercado de usados com esses critérios e busquei compreender os agentes que atuam nesse nicho, mapeando os processos que uma peça de roupa passa (ver capítulo 5). Esse mapeamento me permitiu identificar usuários, lojas e práticas que interferem no seu caminho até o descarte final. Essas duas etapas iniciais me levaram a investigar melhor os brechós como agentes, os entrevistando para compreender como funcionam e quais suas dificuldades (ver capítulo 6). Também investiguei como os usuários se relacionam com o mercado de usados através de uma enquete ampla (ver capítulo 7).

Concluída a fase de pesquisa, defini critérios norteadores baseados no que observei dela para desenvolver o projeto (ver capítulo 8). Decidi, pelo que investiguei, que iria me aliar aos brechós e trabalhar com a customização doméstica. Para compreender quem seria o público interessado, retornei à enquete de usuários do capítulo 7 e categorizei seis perfis observando motivações e dificuldades com a customização (ver capítulo 9). Com isso, cheguei em uma proposta de projeto e, antes de desenvolver a marca, analisei outros produtos similares (capítulos 10 e 11).

A partir do projeto proposto no capítulo 10, desenvolvi o conceito e a identidade da marca Casulo (ver parte IV) e entrei em con-

tato com um brechó para trabalhar em parceria, atuando como co-designer no produto que essa marca oferece (ver parte V). Juntos, definimos do que seria composto o produto e como ele se relacionaria com a curadoria do parceiro. Por fim, desenvolvi os componentes e a identidade visual dele e testei sua aplicação.

## II. PESQUISA



*A pesquisa foi voltada para conhecer melhor as dinâmicas de produção e reinserção da roupa para então me aproximar dos agentes responsáveis e usuários. Antes de me aprofundar na cultura dos brechós, busquei um repertório que me permitisse compreender as questões de sustentabilidade envolvidas no mercado de segunda mão. Essas leituras também me auxiliaram a definir critérios para o meu projeto ter uma qualidade ecológica.*

## 4. Elementos para um design sustentável

---

Os seguintes livros foram minha principal base para essa parte da pesquisa:

*Moda & sustentabilidade: Design para mudança*, escrito por Kate Fletcher e Lynda Grose (2008), explora o conceito de *slow fashion* destrinchando os processos e as possibilidades para uma indústria da moda ética e sustentável. As autoras se basearam nas questões de desenvolvimento sustentável propostas pelo livro *Cradle to Cradle*, uma literatura muito relevante para o conceito de economia circular. Desenvolvido pelo arquiteto William McDonough e o químico Michael Braungart (2002), ele aborda formas de projetar que conservam e nutrem o ambiente. Por fim, em *Moda com Propósito*, o empreendedor brasileiro André Carvalhal (2016) trata do esvaziamento de significado presente na lógica das Fast Fashion e como é importante criar experiências duradouras com a moda.

A seguir, separei critérios que considerei importantes para pensar sobre o tema e que basearam a concepção do projeto.

### Reciclagem versus Reutilização

A reciclagem, nem sempre é o método ideal de dar destino a uma peça. Dependendo do processo, ela pode diminuir a qualidade dos produtos subsequentes. Isso é chamado de *downcycling* por Braungart e McDonough (2002, p.56). Além de não ser uni-

versal para todos os materiais, também gasta muita energia, por isso a reutilização do que já existe é uma forma melhor de lidar com a quantidade de produtos sendo descartados. Mas mesmo a reciclagem, no caso da indústria têxtil, já é um processo que gasta menos energia e gera menos resíduo do que uma produção nova. De acordo com Grose e Fletcher (2011, p.63, p.70):

“A opção que usa menos recursos é a reutilização já que em geral se trata de adquirir e revender as peças no estado em que se encontram. A restauração consome mais recursos, pois requer mão de obra e energia para transformar velhos tecidos ou peças em roupas novas. Ainda mais recursos são usados na reciclagem que peças são trituradas e as fibras são estreitas por processos mecânicos ou químicos. Vale enfatizar, no entanto, que mesmo a última opção, que faz uso mais intensivo de recursos, é ecológica, se comparada com a produção de fibra virgem. (...) ‘Abrir’ mecanicamente um tecido com máquinas trituradoras não só desfaz a estrutura do tecido como também quebra as fibras individuais, tornando-as mais curtas. (...) Os materiais reciclados que costumavam ser convertidos em cobertores e casaco de lã hoje passam a ser destinados a materiais de isolamento térmico e enchimento de colchões.”

### **Aspectos emocionais**

Uma forma de evitar o descarte é pensar o produto de uma forma que o usuário crie uma conexão emocional com ele. Se o usuário tem um apego a uma roupa, ele terá mais dificul-

dade em se desfazer da roupa. E se ele consome apenas o que realmente o satisfaz, seu armário será mais essencial. Para Carvalhal, a moda é uma forma de nos expressarmos, tanto nossa identidade quanto como estamos nos sentindo, através das cores dos cortes e das estampas (2016, p.82). Mas o modelo de produção acelerado, hegemônico, que uniformiza os gostos pelas tendências, acaba banalizando seus próprios produtos, causando um processo de autodestruição da moda (2016, p.53-p.54). Braungart e McDonough sugerem que ao invés de promover um design que reforça a ideia de “um tamanho que serve a todos”, permitíssemos a personalização pelo usuário para que ele possa se expressar e implementar sua cultura sem ser forçado a aceitar um formato homogêneo. É uma forma de se conectar mais ao que nos é oferecido (2002, p.141).

### **Consumo Local**

A uniformização do gosto é também uma das consequência do design universal e das grandes monoculturas, que acabam homogeneizando o consumo e apagando contextos culturais regionais. Braungart e McDonough acreditam que toda sustentabilidade é local (2009, p.123). Grandes plantações, como a de algodão, geram impactos ambientais muito profundos especialmente por serem aplicados em biomas que originalmente não abrigam determinadas espécies. Essas monoculturas são “forçadas” em espaços inadequados para atender a demanda por uma matéria-prima específica. Além disso, quando a produção não é planejada a partir dos recursos locais para atender à população regional, há um gasto considerável de energia e recursos para transportar os produtos para outros lugares.

## **Mercado de usados e sustentabilidade**

Com a leitura desses livros, pude identificar a presença dos elementos citados anteriormente no mercado de usados. Aqui estão algumas considerações sobre essa relação:

Os brechós e bazares podem ser considerados uma forma de reutilização direta da roupa. Não há gastos de produção, no máximo um pequeno remendo ou tingimento doméstico. Enquanto a customização pode se enquadrar mais em restauração, por se caracterizar pela ressignificação da roupa, às vezes a transformando por completo. É possível então afirmar que ambas as práticas são ecológicas de forma eficiente, nos quesitos de gasto de energia, uso de recursos, resíduos e conservação da qualidade do material.

Alguns brechós se conectam com o consumidor pela curadoria específica. É um trabalho de escolher peças por alguma característica especial da roupa, como a história dela ou o estilo. Essa narrativa por trás da peça é algo que pode ser muito valioso para quem consome nesse tipo de loja. Por isso, pensar em um serviço ou produto que crie esse tipo de conexão com o usuário pode ser essencial para uma experiência frutífera e duradoura.

O mercado de segunda mão não depende das monoculturas porque alimenta seu estoque através da doação de roupas usadas. Não é uma prática invasiva ou destrutiva. Alguns brechós até se baseiam nas tendências do momento para garimpar peças específicas, mas é possível afirmar que essas lojas se apropriam do que não está mais em voga de uma maneira que criam sua própria cultura local. É necessário que meu projeto

respeite a curadoria dos brechós e o que eles comunicam, compreendendo também o espaço que ocupam e à quem atendem.

Essas leituras foram relevantes na definição de parâmetros para desenvolver o projeto. E também para compreender que o mercado de segunda mão pode se enquadrar como prática sustentável, reconhecendo as dimensões em que atua como tal. Para visualizar melhor como esse nicho funciona e seus atores, realizei um mapeamento dos processos pelos quais a roupa passa após sair da fábrica até o momento do descarte.

## 5. O fluxo da roupa no mercado de usados

---

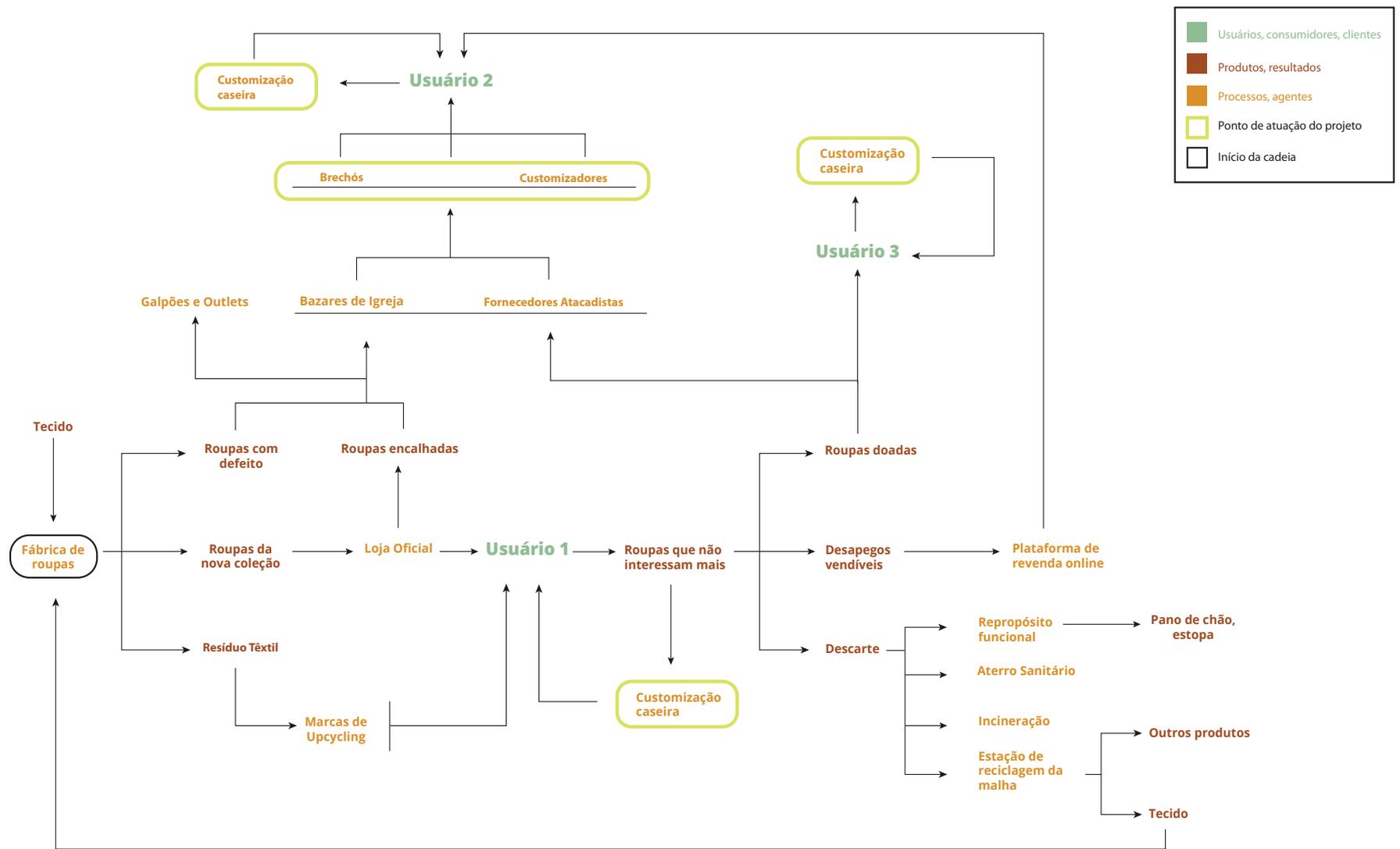
Observando plataformas online, redes sociais, eventos de bazares, brechós conhecidos e menores, foi possível identificar agentes e processos responsáveis pelos destinos os quais as roupas tomam.

O que busquei com esse mapeamento foi:

- Compreender os processos que ocorrem em cada etapa e identificar os agentes responsáveis por eles
- Reconhecer o estado da roupa após cada processo, ou seja, o produto
- Visualizar em que momento o usuário se beneficia desses resultados.

Ele começa desde o momento em que uma peça é produzida e termina no eventual descarte. No meio, é possível identificar os processos considerados cíclicos, onde o produto é reaproveitado de algumas formas, o mantendo em uso. É onde se encontram os brechós, bazares e artistas customizadores.

De uma forma generalizada, essas informações foram sintetizadas no seguinte fluxograma:



Esse mapeamento foi importante para visualizar melhor o funcionamento do mercado de usados e decidir onde meu projeto atuaria. Durante essa etapa, classifiquei diferentes tipos de agentes e propositores, analisando como cada um funciona. Apesar de haverem alguns que trabalham diretamente com a economia cíclica em escala industrial, como as marcas de *up-cycling* e as estações de reciclagem, me aprofundi mais em analisar as formas de reutilização direta, como bazares e brechós, e de restauração de baixa complexidade como a customização.

A seguir, categorizo cada agente começando pelos bazares, que recebem a maior carga de roupas usadas e estoque excedente. Depois falo mais detalhadamente sobre brechós, que fazem uma seleção de roupas mais específica. E por fim, sobre a customização que ressignifica uma peça a alterando. Uma lista com as lojas analisadas e informações se encontra no Anexo III.

### **Bazares de garagem**

Quando alguém esvazia o armário com as peças que não quer mais e as põem à venda. Podem compartilhar a venda nas redes sociais como um evento ou um perfil de instagram, por exemplo. Outra forma de anunciar é colocando uma plaquinha na porta de casa.

### **Bazares de Igreja**

Costumam ser eventos periódicos ou espaços relacionados a uma comunidade religiosa. Na maioria das vezes vendem a roupa por um preço baixo com o intuito de arrecadar fundos para cari-

dade. Por causa disso, são mais acessíveis para pessoas com baixa renda. Geralmente não há uma filtragem do tipo e da qualidade da roupa que é vendida. Muitas vezes, são espaços pouco organizados com muitas roupas. É uma das fontes de garimpo para os brechós, porque é possível encontrar peças dentro dos critérios de curadoria por um valor baixo que será compensado na venda. A divulgação pode ocorrer limitada aos integrantes da comunidade ou através das redes, como eventos no facebook. Um exemplo é o bazar da Associação de Comunidades de Vida Mariana (ACVM), que acontece em São Cristóvão mensalmente, com perfis nas redes que divulgam o evento. Esses bazares trabalham com o que acumulam de doação e às vezes recebem produtos excedentes de grandes marcas, como os que possuem defeito na fabricação e os que não foram vendidos em coleções passadas.



Foto do Bazar ACVM, retirado de sua página no Instagram.

## Fornecedores Atacadistas

São brechós de larga escala que fornecem lotes de roupa usada, cada item individual por um preço próximo do que pode ser encontrado em bazares. Esse tipo de empresa se responsabiliza de fazer uma triagem das roupas em bom estado, mas não permite que os brechós-clientes escolham o que virá dentro do pacote. No máximo há uma categorização dos pacotes por tipo de peça, como fardo só de calças ou fardo só de vestidos. É uma forma interessante de garantir o estoque para lojas que valorizam mais o estado da peça. Um exemplo é a loja Império do Brechó.

The screenshot shows a website interface for 'Império do Brechó'. On the left is a navigation menu with links: PRIMEIRA LINHA, SEGUNDA LINHA, TERCEIRA LINHA, QUEM SOMOS, COMO COMPRAR, CONTATO, DEPOIMENTOS, and BLOG. The main area is titled 'PRODUTOS EM DESTAQUE' and displays six clothing lots. Each lot includes a photo of a person with a bag of clothes, a description, price, and a 'COMPRAR' button. The lots are: 1. Camisetas masculinas (R\$ 599,99), 2. Roupas usadas femininas (R\$ 750,00), 3. Blusas de frio (R\$ 360,00), 4. Sapatos femininos (R\$ 379,05), 5. Cama, mesa e banho (R\$ 580,00), 6. Blazer feminino (R\$ 500,00). A 'PROMOÇÕES' section is also visible on the left.

Produto	Preço	Condições de Pagamento
LOTE DE ROUPAS PARA BRECHÓ - CAMISETAS MASCULINAS 100 PEÇAS	por R\$ 599,99	à vista R\$ 581,99 economize 3% no Pix ou Depósito Bancário ou em 12x de R\$ 58,81
FARDO DE ROUPAS USADAS - FEMININO 150 PEÇAS	por R\$ 750,00	à vista R\$ 727,50 economize 3% no Pix ou Depósito Bancário ou em 12x de R\$ 73,51
FARDO DE BLUSAS DE FRIO DE SEGUNDA LINHA 120 PEÇAS	por R\$ 360,00	à vista R\$ 349,20 economize 3% no Pix ou Depósito Bancário ou em 12x de R\$ 35,29
FARDO PARA BRECHÓ - SAPATO FEMININO 1ª LINHA - 100 PEÇAS	por R\$ 379,05	à vista R\$ 367,68 economize 3% no Pix ou Depósito Bancário ou em 12x de R\$ 37,15
LOTE CAMA, MESA E BANHO PARA BRECHÓ - 100 PEÇAS - SEGUNDA LINHA	de R\$ 600,00 por R\$ 580,00	
LOTE DE ROUPAS USADAS - BLAZER FEMININO 100 PEÇAS	por R\$ 500,00	à vista R\$ 485,00 economize 3%
FARDO DE ROUPAS USADAS PARA BRECHÓ MASCULINO - CAMISETAS E BERMUDAS 100 PEÇAS	por R\$ 699,00	

Printscreen da loja virtual Império do Brechó:  
< <https://www.imperiodobrecho.com.br/>>

## Brechós mistos

Esse é um tipo de brechó que trabalha mais com peças atuais. São valorizadas roupas seminovas, com poucos danos e em bom estado. Voltado para uma curadoria que seleciona o mais próximo da última ou penúltima estação. Costumam atrair para si um público que compra roupa de segunda mão para trabalhar, já que alfaiataria e blusa de botão são peças geralmente mais caras. Para isso, colocam ênfase nas marcas originais e no valor. Podem comprar seu estoque de fornecedores que trabalham com roupa usada em atacado, além de garimpar em bazares. Não há tanto uma preocupação com uma estética consolidada, e mais com entregar uma peça de qualidade por um preço baixo.



Foto do brechó 21 Arte, retirado de sua página no Instagram @ 21\_brechoarte

## Brechós vintage

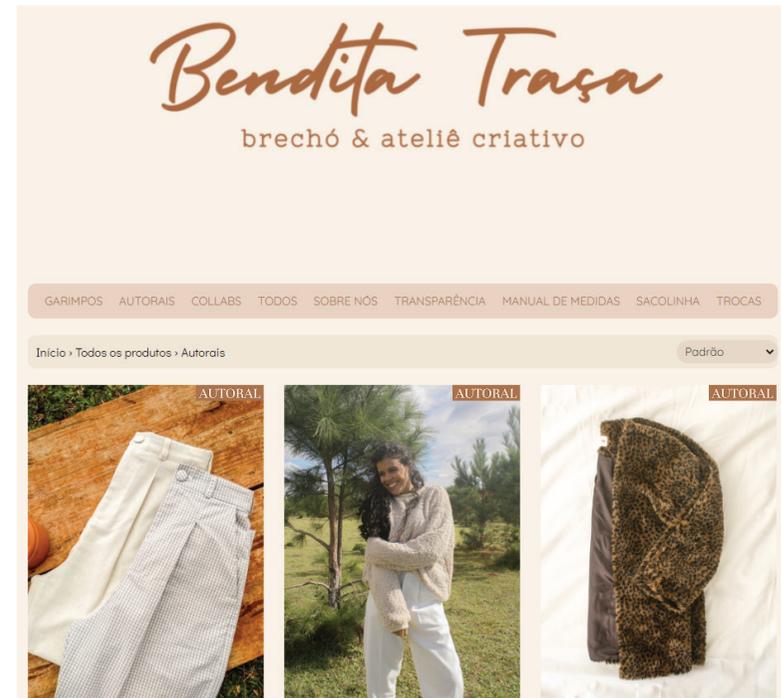
É um tipo de brechó que foca a sua curadoria em uma estética específica, geralmente retrofílica de uma década ou bucólica, mas não exclusivamente. Trabalham menos com fornecedores e mais com garimpo pessoalmente em bazares e feiras livres. Nem sempre é sobre conseguir as peças mais bem conservadas, pois a curadoria foca em detalhes especiais como corte, estampa, aviamento. Por isso, as roupas podem ser garimpadas com o intuito de serem consertadas, e nesse meio isso é aceito como parte do processo. Muitas vezes a própria ação do tempo pode ser valorizada. Uma forma de trabalhar com a história da peça é a busca pela etiqueta "C.G.C.", o termo usado no lugar de CNPJ até 1999 (Nubank, 2020), que demarca que ela tem no mínimo 20 anos. Se um brechó vintage consegue peças raras e muito antigas, ele pode funcionar como acervo e oferecer um serviço de aluguel.



Foto do Brechó Cultural Maio 68, retirado do site:  
<<https://bafafa.com.br/mais-coisas/compras/tardes-tropicalistas-no-brecho-maio-68>>

## Brechós ateliês

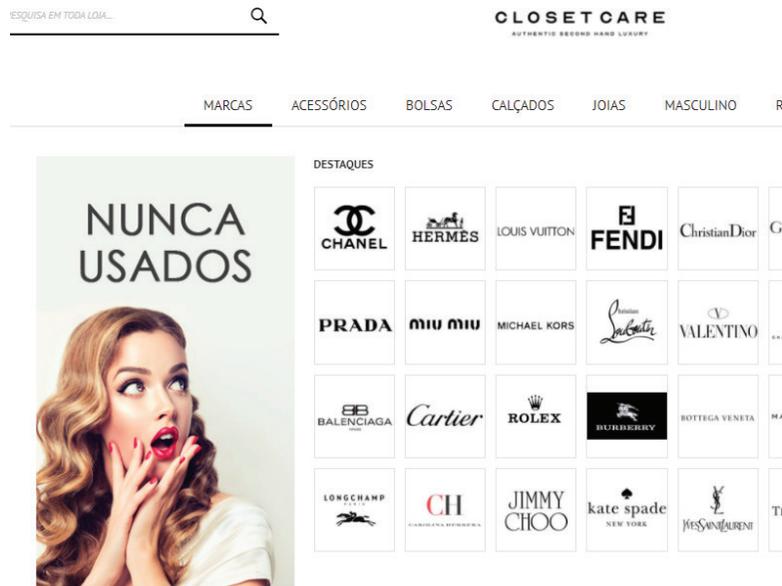
Alguns brechós começaram como uma marca de confecção própria e desenvolveram em paralelo uma curadoria de peças especiais. Outros, pelo contrário, garimpavam peças e com o crescimento da empresa lançaram produtos autorais. Em certos aspectos são bem similares aos brechós vintage. Costumam usar mais sites próprios do que apenas as redes ou loja física porque permite o usuário a procurar os produtos de forma segmentada.



Printscreen da loja virtual Bendita Traça:  
<<http://www.benditatraça.com.br/autorais-ct-1dce99>>

## Brechós de luxo

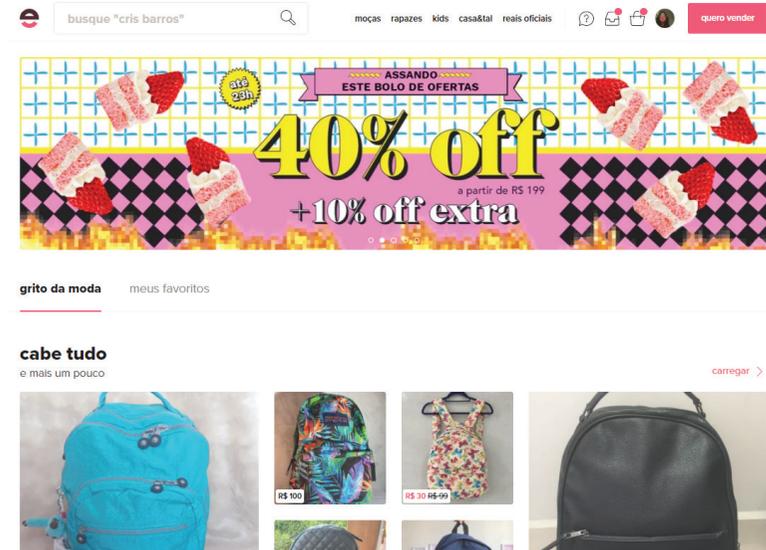
É uma loja que foca em revender peças de marcas de alto valor no mercado ou de estilistas renomados, consideradas de “luxo” ou alta costura. Os preços não são acessíveis, e podem ser muito próximos do valor original de compra. Encontrar peças desse não é uma característica exclusiva dos brechós de luxo, visto que os outros podem acabar garimpando de alguma forma. Mas esses em específico se comprometem em trabalhar exclusivamente com esses artigos e garantir a autenticidade delas. Também podem vender através de leilão. Alguns buscam projetar uma experiência de compra exclusiva, servindo champagne ou prosecco para os clientes, por exemplo.



Printscreen da loja virtual Closet Care:  
<<https://closetcare.com.br/>>

## Plataformas online de revenda

Alguns sites permitem os usuários a criarem sua própria página e vender as coisas que não os interessam mais. O mais conhecido deles é o Enjoei, onde qualquer usuário pode divulgar seus usados, tendo por vezes campanhas de celebridades vendendo seus desapegos. Basta tirar foto das roupas e precificá-las. Por vezes serve de bazar de marcas parceiras. Alguns brechós também optam por utilizar essa plataforma. Porém, para cada produto vendido é cobrado uma taxa entre 18,5% e 20% em cima do valor pago, o que pode fazer os produtos serem revendidos a preços muito similares ao cobrado inicialmente na loja oficial, o que também pode ser atribuído à valorização das marcas de origem das peças nesse espaço.



Printscreen da plataforma de vendas virtual Enjoei:  
<<https://www.enjoei.com.br/>>

## Artistas customizadores

São artistas ou coletivos independentes que fazem sua própria curadoria de roupas para transformá-las em algo completamente diferente. Alguns podem aceitar encomendas. Por ser um trabalho artístico a estética e a comunicação visual são bem sólidas. Não se trata de conservar uma peça e sim de retrabalhar sua forma. A precificação varia. Cada customizador tem sua própria identidade e forma de trabalhar muito única, e os processos variam bastante. O coletivo Fudida Silk utiliza bastante o recurso de serigrafia e usa isso como forma de comunicar ativamente a militância transsexual das integrantes. Já outros customizadores desconstituem completamente a forma da roupa, como o Nefasto, que produz o que ele mesmo chama de “Coisas que viram outras”, se referindo a um tênis que virou bolsa, ou a mochila que virou top em suas mãos.



Foto de peça customizada pelo artista Nefasto, retirado de sua página no Instagram @nefasto.

## Customização caseira

É quando o usuário da roupa decide transformá-la em uma coisa nova por conta própria. Pode ser feita com materiais facilmente encontrados em casa ou na papelaria, ou com técnicas artesanais mais complexas. É uma forma de adaptar o que já existe para necessidades novas. Com uma gama de tutoriais na internet, é uma espécie de cultura DIY.

Categorizar os brechós e outros agentes do mercado de usados dessa maneira ajudou na melhor compreensão de como eles participam do processo de reinserção da roupa e quais suas motivações e particularidades. A partir daí, busquei me aproximar mais dos brechós especificamente para conhecer o processo, identificar possíveis dificuldades e entender como o projeto poderia contribuir com eles.

## 6. Entrevista com brechós

---

Para compreender melhor o nicho dos brechós e identificar questões que poderiam ser mais diretamente relacionadas a eles, entrei em contato com alguns vendedores e tentei entrevistá-los. Infelizmente, na atual condição da pandemia, foi um pouco complicado chamar a atenção dos vendedores pelas redes sociais, ou de os convencer a doar o pouco do tempo livre que possuem. Quatro brechós responderam a entrevista, o que não cobriu todas as categorias identificadas no mapeamento feito anteriormente, mas que me ajudaram a compreender problemas em comum e a necessidade de ter um contato menos superficial, assumindo que o meu projeto depende dessa parceria. As entrevistas na íntegra se encontram no Apêndice I. Os seguintes brechós responderam a entrevista:

**Thalita's Cottage**- Brechó de São José, em Santa Catarina, organizado pela produtora de moda Mariana. Se enquadra melhor na categoria de brechó vintage por ter uma curadoria voltada para um estilo próprio. Vende através do perfil de instagram @thalitascottage.

**Já Vali**- Brechó de Pinhais, no Paraná. Se enquadra melhor na categoria de brechó misto por vender uma variedade de roupas em bom estado de conservação. Vendas na loja física e pelo site. Perfil no instagram @brechojavali.

**Bendita Traça**- Loja localizada no Rio Grande do Sul. É um brechó-ateliê com coleções de produção autoral misturado

com uma curadoria de peças garimpadas. Vendas pelo site. Perfil no instagram @bendita.traca.

**Alio**- Loja localizada em Curitiba, no Paraná. É um brechó-ateliê com coleções de produção autoral misturado com uma curadoria de peças garimpadas. Vendas pelo site. Perfil no instagram @alioateliê.

A entrevista foi feita no formato de formulário online, pela facilidade de envio e por não demandar muito tempo dos entrevistados. As seguintes perguntas foram feitas:

1. Quantos anos tem o brechó?
2. Quantas pessoas trabalham nesse brechó?
3. Como você se interessou por brechós? O que te levou a montar o seu negócio? Conte um pouco da sua história.
4. Como está sendo gerenciar esse tipo de negócio durante a pandemia? O que mudou?
5. Você diria que sua loja tem um estilo definido?
6. Como você descreveria seu público?
7. Existe algum ideal que vocês buscam comunicar através das redes da loja?

8. A questão da sustentabilidade é importante para vocês? Se sim, de que forma?

9. Suas peças são reformadas, customizadas, ou remendadas? Vocês modificam as peças?

10. Vocês produzem as próprias peças?

11. É comum algumas peças encaharem? O que acontece com peças que não são vendidas?

12. Qual a maior dificuldade você diria que tem com a loja?

A partir delas, identifiquei as questões a seguir.

### **Dificuldades**

O que três dos quatro brechós responderam como sendo o maior problema atual, foi a dificuldade em gerir o brechó e delegar tarefas para outras pessoas. Geralmente por não terem verba o suficiente para terem mais de dois funcionários, ou por não se sentirem confortáveis para dividir a responsabilidades. É um trabalho que exige que uma ou duas pessoas sejam encarregadas de questões que em empresas maiores são divididas em muitos funcionários.

O brechó Bendita Traça fala sobre como foi começar, e conta que na época em que começou havia certo preconceito com o nicho das roupas usadas:

“Sempre fui consumidora de brechó, e na época que criei a Bendita esse nicho ainda não era muito explorado comercialmente e também rolava preconceito com peças de segunda mão. Inicialmente criei pra ser uma fonte de renda extra, porque era estudante de arquitetura, mas sempre fui apaixonada por moda! Minha intenção era desmistificar esse universo do second hand e mostrar que é possível ser autêntica, ter estilo e personalidade se vestindo de brechó.”<sup>1</sup>

### **Sustentabilidade**

Quando perguntados sobre sustentabilidade, todos responderam que o brechó por si só é uma prática sustentável, e descreveram algumas de suas atitudes:

“Sim, apesar que não exista nenhum negócio 100% sustentável, nós tentamos ao máximo aproveitar matéria. Algo que me entristece por exemplo. Infelizmente preciso usar plástico, mas isso por conta da segurança do produto mandado. Me avisaram na agência do Correios que uma pessoa transportou vinho (o que é proibido) e estourou no transporte sujando várias mercadorias. Imagina se estivesse um pacote meu em papel pardo com um item branco? Fiquei muito assustada com esse ocorrido e prefiro evitar transtornos com cliente (com razão obviamente). Meu sonho seria não usar nada de plástico.”<sup>2</sup>

“Muito! Além de prezarmos pela recuperação e restauração de peças de segunda mão, nossa coleção autoral é 90% de tecidos

<sup>1</sup>Trecho retirado de entrevista com o ateliê Bendita Traça. Disponível no Anexo I

<sup>2</sup>Trecho retirado de entrevista com o brechó Thalita's Cottage. Disponível no Anexo I

do residual da indústria têxtil e 10% de algodão orgânico de fornecedores locais. Além, é claro, de priorizarmos o uso de materiais recicláveis e reciclados nas embalagens e tags, reuso de materiais que seriam descartados, etiquetas que podem ser plantadas e zero uso de plástico”<sup>3</sup>

“Sim! Todas as peças da Alio autoral foram feitas através da reutilização de restos de tecido descartados por grandes indústrias, junto a garimpos, tornando cada peça única. Os retalhos dessa produção viraram bolsas, que tiveram forros feitos de jaquetas garimpadas. Os retalhos de ambas as etapas viraram scrunchies com estampas maravilhosas e únicas!”<sup>4</sup>

“Sim, o brechó em si é uma forma de reaproveitamento! Por trabalharmos com doações aparece de tudo, então tentamos aproveitar ao máximo as peças, caso não dê para usar temos algumas instituições que doamos para aproveitar o tecido.”<sup>5</sup>

Sobre as peças que encalharam, isso não é tratado como problema necessariamente. Eles dão um jeito de conseguir vender, levando para feiras ou abaixando o preço. O brechó Já Vali fala que acredita que a peça espera o dono certo. Caso não consigam vender, essas roupas são doadas para a caridade.

## Curadoria

Quando questionados sobre estilo, os dois ateliês se referiram às próprias confecções. E o Brechó Thalita foi mais específico, se referindo a um estilo popular atual conhecido como *Cottagecore*:

---

<sup>3</sup> Trecho retirado de entrevista com o ateliê Bendita Traça. Disponível no Anexo I

<sup>4</sup> Trecho retirado de entrevista com o ateliê Alio. Disponível no Anexo I

<sup>5</sup> Trecho retirado de entrevista com o brechó Já Vali. Disponível no Anexo I

“Vintage/Cottage Core e uma pitada de romântico”.<sup>6</sup>

Essa entrevista, apesar de não ter tido o alcance que gostaria com outros brechós, me ajudou a entender que outros problemas que não havia previsto com a minha pesquisa até então, como a dificuldade de gerir com poucos funcionários. A partir desse contato com as lojas, voltei minha pesquisa para compreender que tipo de percepção ou preconceito o público geral tem com brechós. Com isso, iniciei uma etapa de mais voltada para o usuário.

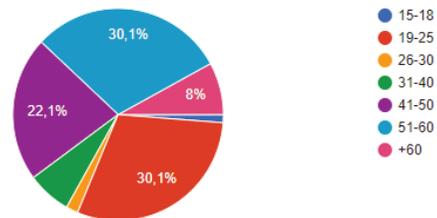
---

<sup>6</sup> Trecho retirado de entrevista com o brechó Thalita's Cottage. Disponível no Anexo I

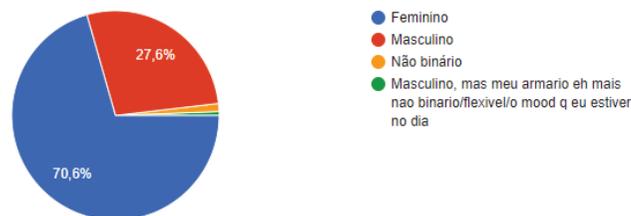
## 7. Enquete para possíveis usuários

Essa parte da pesquisa consiste em uma enquete anônima, no formato de formulário online novamente, desenvolvida para coletar dados e experiências sobre o consumo de roupas. E também, com algumas perguntas mais específicas, para investigar a relação de possíveis usuários com a roupa usada. A enquete foi difundida entre o máximo de pessoas que eu poderia alcançar e quisessem participar. 163 pessoas responderam. O seguinte índice de pessoas foi abordado, por gênero e idade:

Idade  
163 respostas



Gênero  
163 respostas



As perguntas feitas foram as seguintes:

1. Com que frequência você compra roupa nova?
2. Como você descreve o seu armário?
3. Quais critérios você usa para escolher as roupas que vai comprar?
4. Você possui algum ritual quando sai para comprar roupa? Como costuma comprar?
5. Você busca referências para se vestir? Se sim, onde?
6. Como você se sente com a ideia de usar a roupa que era de outra pessoa?
7. Você troca roupas com seus familiares ou sai para comprar roupa de segunda mão? Se sim, onde?
8. Você remenda suas roupas? Quando rasga, fura, cai o botão. Como?
9. Você ajusta suas roupas? Faz pence, bainha. Como?
10. Você gosta de customizar suas roupas? Como?

**11.** Cria suas roupas, conhece algum processo artesanal, ou gostaria de aprender uma técnica?

**12.** O que você faz com as roupas que deixaram de caber ou não te interessam mais?

Para analisar as respostas, separei cinco âmbitos diferentes para comparar as respostas que obtive: hábitos de compra, características individuais, interesse por roupas de segunda mão, capacidade de remendar e interesse por customização.

### **Hábitos de compra**

No geral, as pessoas possuem hábitos bem diferentes no momento da compra. Se preferem comprar acompanhados, ou sozinhos. Se sentem necessidade de experimentar ou se de-  
testam. Entre outras coisas, como gostam de comprar roupa varia bastante. Mas uma coisa que chama a atenção é a fala constantemente repetida de que “só compra roupa por necessidade”. O que é essa necessidade? Desejar uma peça de roupa não é uma necessidade? Ou seria a “necessidade” algo associado com o desgaste ou falta de alguma peça para alguma ocasião? Cheguei à conclusão de que existe uma certa visão funcional sobre a roupa por alguns usuários.

Sobre o momento da compra, data de aniversário, festividades e liquidações são ocasiões mencionadas. Mudança de peso é também um motivo para a renovação do armário.

### **Características individuais**

Quando questionados sobre seus armários, houve uma maioria de respostas voltadas para a insatisfação, ou o contrário, com a própria organização. Seguido de uma maioria que o descreveu com palavras como: Versátil, casual, eclético e prático. Significa que há uma preferência por roupas que possam ser utilizadas em mais de um contexto, ou que sejam confortáveis de usar. Foram poucos os que descreveram um “estilo”. Assim como 68% das pessoas responderam que não buscam por referências para basear suas escolhas. Com isso, fica a questão: De onde vem a referência do que é se vestir de forma básica?

### **Interesse por roupas de segunda mão**

Brechós são bastante mencionados como opção de compra de usados. Mas o que realmente se destacou foi a troca entre amigos e familiares. Porém, pegar uma roupa e devolver é mencionado algumas vezes como desconfortável pelo suor, e por ter que lavar antes de devolver. Quem respondeu que comprava em brechó deixou claro se era em loja física ou online. Os receios com esse tipo de compra são: a peça estar muito velha e detonada; o preço ser caro demais para uma roupa usada; e um medo supersticioso da energia da roupa, não relacionado com nenhuma religião em especial.

### **Capacidade de remendar, ajustar ou criar roupas**

Existe o hábito de ter uma caixa de costura em casa para remendar e geralmente remendos e consertos pequenos são feitos

pela própria pessoa. Mas a partir do momento em que depende de usar a máquina para muitas pessoas é necessário recorrer a outra pessoa. A mãe, ou a avó, são bastante mencionadas como pessoas com mais habilidade para remendar ou fazer ajustes.

### **Interesse por customização**

Algumas pessoas acham brega. Não é uma visão relacionada a aprender alguma técnica artesanal, necessariamente. O que me leva a pensar que existe uma estética específica de customização que pode ser reconhecida como “brega”. Foi a pergunta que mais obteve “não” (mais de 80 pessoas) de forma direta. É também mencionado um medo de estragar a peça, e uma sensação de não possuir “habilidades artísticas”. Ocasões festivas como carnaval foram citadas como momentos onde a customização é usada.

Processos mencionados: Tirar as mangas; Cortar shorts; Fazer pregas; Misturar tecidos diferentes; Bordados; Sashiko. Aplicação de pedrarias, pérolas, lantejoulas; Pintura; Estamparia em vinil.

Essa enquete foi crucial para compreender alguns hábitos de consumo, preconceitos com roupas usadas e a predisposição para as consumir e customizar. E também me levou a questionar a relevância dessa abordagem diante de uma maioria que descreve sua maneira de vestir como funcional. Quantitativamente falando, uma minoria tem interesse em customizar. Foi possível, no entanto, enxergar um possível público que estaria interessado nestes nichos. A partir disso, segui para o desenvolvimento de uma proposta consolidada de projeto.

### III. DESENVOLVIMENTO



*A pesquisa foi muito importante para ter um panorama geral das questões envolvidas no tema. Para desenvolver o projeto, foi necessário antes determinar o que seria mais relevante dentre as coisas que observei e decidir o que serviria melhor como critério.*

## 8. Critérios norteadores

---

A pesquisa me indicou que brechós, bazares e customizadores são agentes relevantes para a sustentabilidade no mercado da moda, reinserindo as roupas no mercado impedindo elas de serem descartadas, gerando valor ao que usualmente é tratado como lixo. Mas mesmo que seja um nicho atualmente em crescimento, ainda existem preconceitos e inseguranças por parte dos consumidores.

Portanto, como consequência de tudo o que observei, o projeto irá se basear nos seguintes critérios de sustentabilidade na moda:

- Desestimular o descarte criando um vínculo entre o usuário e a roupa através da customização
- Alimentar o mercado de segunda mão para manter a roupa em circulação o máximo possível.

Concluí que gostaria de desenvolver uma marca que incentiva o consumo em brechós, e não uma que compete pelo mesmo público. Uma que pudesse divulgar e enriquecer a experiência nesses espaços, ao mesmo tempo que apela para que novos consumidores se envolvam e não descartem suas roupas. Com a mentalidade de ajudar os usuários a criarem vínculos com seus armários, decidi analisar mais profundamente a relação dos usuários com customização. Para compreender melhor esse público, fiz uma categorização de perfis baseada na enquete realizada anteriormente.

## 9. Definição do público

---

Com o propósito de compreender e definir um público-alvo para propor o projeto, retornei à enquete de usuários do capítulo 7. Nesta etapa, explorei mais especificamente como diferentes pessoas se relacionam com a customização.

Foram desenvolvidos seis perfis, levando em consideração as diferentes motivações para se customizar ou não, os tipos de relação com a roupa, e as dificuldades durante o processo. Esse processo se deu a partir da análise de respostas e questões em comum nas respostas do formulário. As frases que ilustram cada um foram retiradas dos depoimentos recolhidos na enquete.

Parte do processo de categorização desses perfis foi montar moodboards que representam a customização que cada perfil prefere realizar. A partir desses moodboards, foram desenvolvidas ilustrações que sintetizam as características de cada tipo.

Esta etapa foi relevante para direcionar o projeto a um tipo de usuário específico que teria interesse em algum aspecto da customização. E com isso, foi possível propor um projeto que visa atender às necessidades identificadas.

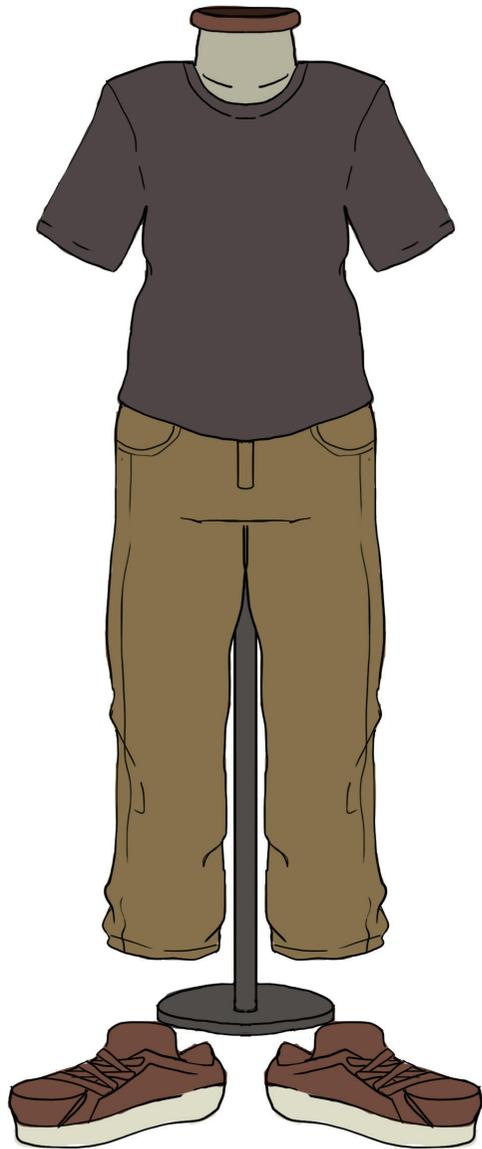


Ilustração desenvolvida pela autora.

## Indiferente

Pessoa que não liga muito para customização, e pode achar brega. Não costuma usar referências para se vestir. Diz que só compra roupa “quando necessário”, e no geral tem uma visão mais funcional da vestimenta. Prefere consumir peças prontas nas lojas. O uso da roupa termina só quando perde a sua função, e então ela é descartada ou doada. Se a função da roupa é trabalhar, então a partir do momento que ela não cabe mais, parece surrada ou rasgada ela deixa de ser usável naquele contexto. Mas se a roupa é para ser usada em casa, então ela pode demorar muito até perder sua função por completo. Sem customização ou ressignificação, algumas peças de roupa dificilmente trocam de função ou contexto de uso. Esse perfil então planejaria seu armário em função de um longo período de uso e da versatilidade dos contextos em que uma roupa pode ser usada. E como versatilidade é um fator importante, isso justificaria como a ornamentação da roupa poderia prejudicar o uso para ele.

“Na maioria das vezes, sou básico!!”

“Acho (customização) brega.”

“Conheço algumas técnicas mas não tenho paciência e nem gosto, prefiro comprar feita dentro do meu estilo.”

**Motivação-** Não tem interesse em customizar. Prefere peças prontas

**Dificuldades-** Em reaproveitar a roupa que gosta se ela perder a função para o contexto de uso. A única solução na visão desse perfil é descartar ou doar.

**Métodos de Customização-** Nenhum, talvez apenas remendar ou ajustar.

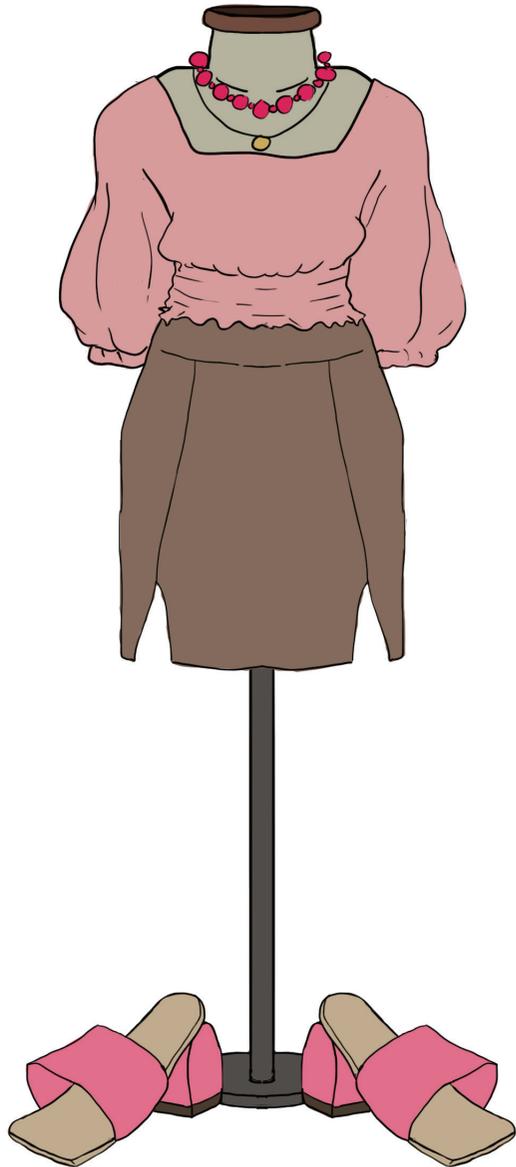


Ilustração desenvolvida pela autora.

## Inseguro

É um perfil que tem uma mentalidade funcional da roupa do tipo “se eu estragar a peça não posso mais usar”. Ele possui uma maior diversidade de contextos em que esse perfil precisa planejar suas vestimentas. Por isso a versatilidade perde um pouco do sentido para esse perfil. Ele se sente mais confortável em escolher roupas pelo “estilo”, pela ornamentação, e especialmente pelo que ela vai comunicar em certos contextos. Por isso, ele pode ver sentido na prática da customização. O que diferencia esse perfil dos demais é o interesse em customizar que é limitado pelo medo de estragar a peça. Pode ser porque é uma pessoa que investe em roupas, e realmente tem apreço por elas. O medo também pode vir de um sentimento de incapacidade e da falta de contato com a prática. Pode ter ideias do que fazer na roupa, mas tentaria terceirizar o trabalho. Uma tentativa falha facilmente poderia o levar a desistir de fazer. É um perfil que pode ser tranquilamente redirecionado ao consumo em brechós, se ele já não consome em um.

“Eu não sei muito de costura, e tenho medo de estragar a roupa. Já mandei uma ou outra roupa para as costureiras fazerem algumas customizações que eu pedi (aumentar a gola, cortar as mangas...) mas acaba saindo caro.”

“Não tenho talento pra isso. Já tentei pintar blusa e tênis mas não consegui usar mais... só estraguei!”

**Motivação-** Acha interessante customização ou outra técnica relacionada. Gostaria de aprender.

**Dificuldades-** Se sentir capaz de fazer alguma coisa na roupa. Não sentir medo de estragar a peça. Estar pronto para errar e tentar de novo.

**Métodos-** Nenhum, talvez apenas remendar ou ajustar.



Ilustração desenvolvida pela autora.

## Apegado

Esse perfil não tem uma relação com um jeito de planejar o armário específico. O que diferencia esse perfil dos outros é a sua conexão emocional com a roupa. Não é uma relação em que há um apeço tão grande que dá medo de estragar. É mais para uma em que não importa tanto o estado em que a peça vai estar no final, o usuário vai tentar usá-la no contexto que for possível. É uma pessoa que faz pequenos ajustes de vez em quando, remenda, troca botão. E se não se sente mais satisfeita com a roupa, vai tentar resolver o que incomoda. Uma calça jeans rasgada vira shorts, uma jaqueta um colete. Podem aplicar tachinhas, pedrinhas, patches, só para deixar ela um pouco mais interessante. Mas mudar a peça demais não é muito o interesse deles, afinal existe uma conexão com a roupa que é a essência do que está sendo feito. Por isso, esse perfil só faria para poder usar de novo uma peça largada no armário sem uso. Geralmente trabalha mais com o que está à mão, comprando material para customizar só se for com uma ideia mais específica do que quer fazer. Este perfil não precisa de muito incentivo para continuar com a roupa em mãos.

“Raramente faço, quando uma roupa está muito gasta e eu tenho um apeço emocional. Eu posso tirar partes (como fazer shorts de um calça); costurar outro tecido sobre a parte gasta...”

**Motivação-** Manter a roupa no armário. Vestir uma coisa velha só que nova. Tornar uma coisa que já gostou interessante de novo. Não jogar fora uma roupa.

**Dificuldades-** Renovar a roupa enquanto a preserva. Ter ideias fáceis de realizar com o que tem.

**Métodos-** Cortar partes, bordados termocolantes, aplicar pedrinhas e tachas, desenhar com caneta.

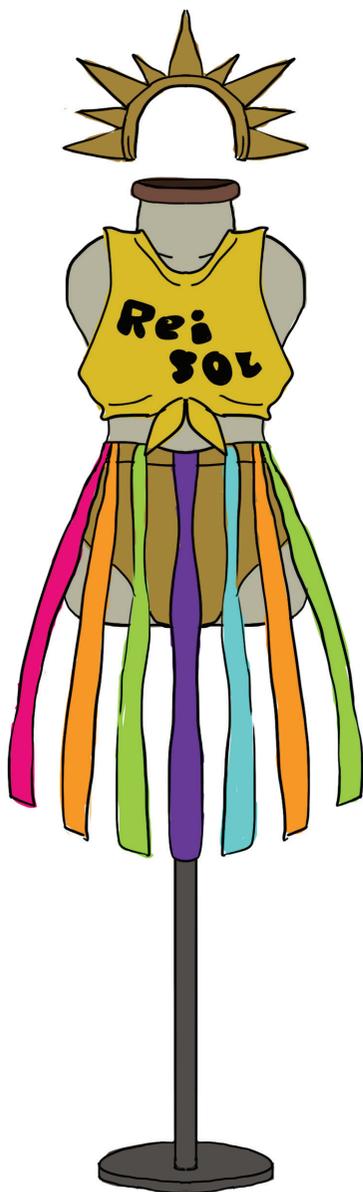


Ilustração desenvolvida pela autora.

## Festeiro

Esse perfil tende a só customizar em eventos como Carnaval, Halloween, festa junina, que são comemorações que exigem uma fantasia, uma roupa mais diferenciada. Como fantasias bem costuradas são caras, e nesses eventos parte da diversão é o que você veste, é comum a criação em casa. O resultados dessas customizações não costumam ser reutilizáveis em outros contextos, e o interesse desse perfil por fazer a própria roupa talvez seja tão sazonal quanto a festa em si. A motivação desse perfil é quase que exclusiva dentro desse contexto. Não é uma customização que exige materiais bons ou técnicas complexas, mas exige criatividade para criar algo engraçado, assustador, ou fantástico. Às vezes, ser uma fantasia improvisada e “trash” faz parte da intenção. Após o uso, as roupas são guardadas para uma próxima ocasião, ou por lembrança do momento. Também podem acabar sendo descartadas logo após o evento. Por ser um perfil volátil tanto no uso desse tipo de roupa customizada quanto nas exigências, seria um perfil mais difícil de trabalhar em cima.

“Só pra festas temáticas”

“No máximo tenho ideia de roupa pra usar no carnaval, vou no saara para comprar o pano e falo pra minha mãe como eu quero.”

**Motivação-** Ter algo para vestir em um evento. Fazer algo engraçado ou bonito.

**Dificuldades-** Fazer uma coisa que só vai durar aquele evento ou só vai ser utilizada uma vez por ano. Arranjar material para fazer. Ser criativo e diferente.

**Métodos-** Saias de tule, apliques de flores sintéticas, lantejoulas, pintar camisas. Pérolas, pedrinhas, glitter. Cortar peças.



Ilustração desenvolvida pela autora.

### **Audacioso**

É um perfil um pouco mais familiarizado com a customização ou com artesanato. Não necessariamente são experientes com uma técnica artística, mas sua motivação para customizar tende a ser treinar suas habilidades ou reproduzir algo que viu e gostou. Também é um perfil muito relacionado à moda alternativa, e seu desejo por transformar uma peça artisticamente pode ser incentivado por não conseguir o que quer nas outras lojas. Seria um usuário muito ligado à referências, portanto pode ser alguém que assistiu um tutorial interessante em alguma rede social como Tik Tok, Youtube, Pinterest, Instagram. Teria interesse em aprender a fazer em casa as roupas que desejam. Por causa da cultura de vídeos DIY e das redes sociais como fonte de referência visual, acaba acontecendo uma padronização espontânea (ou espontânea dentro dos limites dos algoritmos) do que é feito pelo grupo de pessoas interessadas por esse tipo de conteúdo. Mas esse perfil exige certa disponibilidade de materiais e roupas que possam servir de base para a customização. Não é uma característica desse perfil desistir depois da primeira tentativa. É custoso, exige recursos e paciência.

“Gostaria de aprender a fazer umas blusinhas facinhas que gosto de roupas, bem basiquinhas, mas que sempre custam caro”.

“Faço cortando ou usando dicas da internet”

**Motivação-** Começar a aprender novas técnicas, ter algo novo e autoral para vestir. Reproduzir o que gostou no tutorial.

**Dificuldades-** Sair dos tutoriais. Arranjar os materiais.

**Métodos-** Tie-dye, pintura com tinta de tecido, bordado, estampa com cloro. Cortando e costurando um pouco. Papel transfer.



Ilustração desenvolvida pela autora.

### Experiente

É uma pessoa que gosta e já faz há um tempo suas próprias customizações. Já tem uma diversidade de ferramentas e materiais em casa. Provavelmente sabe costurar e conhece algumas técnicas mais avançadas que não são tão fáceis de ensinar em um tutorial curto. Não tem medo de tentar e experimentar. Transformam a peça por completo. Mexem direto na modelagem. Tem mais facilidade em ter ideias e criar coisas novas. Por ser um trabalho artístico, pode ser uma fonte de renda para quem produz.

“Faço muito, invertendo a lógica da peça”

“Customizo, sim. Com tecidos de texturas, estampas e cores diferentes, bordados e sashiko.”

**Motivação-** Expressão artística. Fazer algo completamente inédito. Vender.

**Dificuldades-** Desenvolver um trabalho autoral. Fazer em escala comercial.

**Métodos-** Patchwork, retrabalho da modelagem, serigrafia, crochê, sashiko. Pintura e bordados mais detalhados.

### **Análise dos perfis e definição do público.**

Após a caracterização de cada perfil, pude analisar quais teriam necessidades significantes e mais interesse por brechós e pela customização doméstica.

Dos tipos que não se sentiriam representados por um projeto voltado para ajudar o consumidor a se identificar com a customização seriam os “Indiferentes” e os “Experientes”. O primeiro por não ter mesmo nenhum interesse pela prática e o último por já ter um domínio da prática autoral, talvez até trabalhando de forma remunerada com isso. Um tipo que em algum momento poderia ser abordado, mas têm interesses contraditórios com a proposta seriam os “Festeiros”. Isso acontece porque provavelmente só sentiriam interesse pela customização temporariamente, o que poderia gerar um descarte prematuro se fosse um produto físico.

Dos tipos de usuários customizadores, os que melhor se adequariam à uma proposta relacionada à customização e brechós seriam os “Inseguros”, “Apegados” e os “Audaciosos”.

Inseguros precisam de um incentivo para experimentar com customização. Estariam mais dispostos tentar com coisas fáceis de usar. Podem ter medo de estragar a peça e não se sentem capazes de fazer. São os que mais teriam dificuldade de tentar, e isso talvez até se relacione com o tipo de roupa que preferem consumir. Mesmo assim, poderiam se interessar por um produto ou serviço voltado para quebrar a trava que os impede de tentar.

Apegados tem como sua motivação principal renovar uma peça que gosta mas que está sem uso no armário. Fariam tudo sozinhos, mas por causa do sentimento pela roupa, tem medo de estragar. Será que teriam interesse em algo além do que pudessem encontrar em casa? Talvez até vissem interesse em um produto ou serviço voltado para customização, mas há uma grande chance de se envolverem pouco.

Audaciosos estão mais familiarizados com a customização e sua motivação é aprender novas técnicas, desenvolver cada vez mais um trabalho autoral, e se sentir mais seguro sem tutoriais. De todos os perfis é o que mais teria interesse e se envolveria. Se o produto tem uma relação direta com um estilo que goste, então sentiria uma necessidade de tê-lo. Mas para isso, talvez precisem de algo que os desafie porque caso contrário irão preferir fazer sozinhos, procurando por si mesmos os tutoriais e materiais necessários.

Cheguei à conclusão, portanto, de que iria desenvolver o projeto para o perfil Audacioso principalmente, e que o perfil Inseguro também seria contemplado de forma mais secundária. Os Inseguros poderiam se encorajar vendo um produto que explica como fazer as coisas passo a passo, com todos os materiais já prontos para serem usados. E assim, ter uma experiência transformadora de passar a não ter medo de experimentar com as roupas, e entender que não é necessário descartá-las todo o tempo para comprar novas dentro da tendência.

Com a análise dos perfis e a definição de quais segmentos iria trabalhar, foi possível determinar a proposta do projeto.

## 10. Proposta de projeto

---

Com o público definido sendo os Audaciosos e os Inseguros, então, foi possível definir qual seria o projeto. A proposta é uma marca que desenvolve kits de customização em parcerias com brechós. Cada edição do kit será temática, baseada na visão de curadoria do parceiro, e levando em consideração a necessidade dos usuários. Eles serão vendidos em um site e nas lojas físicas dos brechós. O site não servirá apenas como loja online, mas também como um portal de divulgação para os parceiros.

### Parceiros

Dos tipos brechós analisados, os que melhor se enquadram são os “Vintage” e os “Ateliês” (ver capítulo 5) por focar sua curadoria em um estilo mais específico e ter um direcionamento de público mais consolidado. A marca se beneficiaria da visão única de cada parceiro para desenvolver os kits, sendo eles co-designers. Os lojistas ajudarão com ideias, críticas e acompanharão todo o processo criativo.

Os parceiros podem se beneficiar de um material de divulgação, uma porcentagem dos lucros, e de peças customizadas que poderiam atrair mais consumidores. O kit pode ser usado em roupas pelos lojistas como bem entenderem. Lançamentos, workshops e eventos da marca nos espaços dos brechós poderiam movimentar o espaço e gerar curiosidade.

### Relação Marca x Kits

A marca teria sua identidade visual própria, de uma forma que não obstruísse os temas dos kits. Cada edição teria individualmente uma personalidade que demarca visualmente o tema da curadoria. O conteúdo também poderia ter uma gradação de dificuldade, mas as caixas não precisam necessariamente se restringir a um grau.

### Modelo de venda

- Os brechós revenderão os kits em suas lojas online e/ou física.
- Os brechós poderão utilizar os kits em suas peças sempre que precisarem, o que chamaria atenção para a marca.
- A marca possuirá uma loja online própria com todas as edições dos kits.
- Serão feitas medidas nas redes e no site para fomentar o interesse pela customização e artesanato, com o intuito de construir uma comunidade que troca experiências e conhecimento.
- Eventos serão organizados nos espaços dos brechós para gerar interesse.

O consumidor, enquanto visita um brechó, pode se interessar pelo kit e quando chegar em casa adaptar algumas roupas que tem no armário para combinar com as que garimpou na loja.

Ou então, teria a experiência de comprar um kit online e, enquanto pesquisa o site e seus produtos, também conhece os parceiros e um pouco sobre o trabalho deles. Lá ele também poderia encontrar informações e guias sobre economia circular. Os eventos seriam anunciados em redes sociais e ficariam visíveis no portal.

### **Conteúdos do kit**

- Material exclusivo para aplicação imediata (bordados, apliques, estampas)
- Aviamentos para compor (botões, miçangas, tecido)
- Uma publicação que servisse como manual
- Ferramentas relacionadas à técnica ensinada na publicação

## 11. Análise de similares (kits)

---

Após a definição da proposta do projeto, foi necessário pesquisar produtos semelhantes no mercado cuja análise poderia ajudar a pensar aspectos como modelo de venda, precificação, formato, embalagens e comunicação. A seguir algumas marcas, estúdios e produtos que foram importantes para a compreensão do nicho.

### Carimbos Studio Tokek

O Studio Tokek é a marca da ilustradora e gravurista holandesa Esther Elzinga. Ela faz estampas em forma de carimbo tanto para empresas e eventos quanto para projetos pessoais. Uma das mídias mais utilizadas em seus trabalhos é o tecido, onde ela usa os carimbos de forma modular para criar uma malha gráfica. É um design de superfícies artesanal muito rico. Foi uma das minhas primeiras referências pela forma como esse tipo de estampa poderia ser oferecida para o usuário. Em sua página no Etsy (uma plataforma especializada em pequenos empreendedores artesãos, similar ao elo7 aqui no Brasil), ela vende pôsteres, bolsas estampadas e os próprios carimbos. Esses últimos custam em torno de 80~200 reais.



Imagens retiradas das redes sociais e do site do estúdio.  
Disponível em : < <https://studiotokek.com> >

## Fernanda Yamamoto

A marca Fernanda Yamamoto lançou em 2020 uma coleção com o nome "Somamos", inspirada pela poesia dos palíndromos, com roupas prontas e kits para montar sua própria peça. O usuário compra o modelo que deseja na loja online e recebe os cortes, as linhas, as agulhas e os alfinetes. As instruções de montagem estão disponíveis em forma de vídeo na página do instagram da marca e no youtube. Na coleção também tem um kit de carimbos. As embalagens são feitas de materiais reciclados, inclusive de resíduo têxtil. O valor dos kits variam entre 230 a 300 reais.



Kit "Faça você mesmo" de Blusa da coleção Somamos, da loja Fernanda Yamamoto. Disponível em: < <https://www.fernandayamamoto.com.br>>

## Kit Coticoá

A Coticoá lança publicações independentes, brinquedos e kits como o de estêncil e o de serigrafia. Eles se comunicam de forma bastante family friendly, incentivando que seus kits sejam utilizados por pais e filhos como uma forma de aprendizado. Suas embalagens e componentes também são planejados sustentavelmente, dando preferência ao papelão. Inclusive, eles possuem um trio de tintas para tecido de origem vegetal e biodegradáveis. Os kits são vendidos online e em espaços voltados para editoras independentes. O de serigrafia custa 150 reais.



Kit de Serigrafia da editora Coticoá. Disponível em: < <https://coticoa.com.br>>

## Fábrica de texturas

A marca espanhola trabalha com kits e utensílios para os mais diversos trabalhos Do it Yourself como: cianotipia, encadernação, xilogravura, tie-dye, etc. Os materiais vão em caixas organizadas com um manual impresso. Algumas caixas como a de estampa com carimbo, o cliente pode escolher entre algumas opções do que viria, personalizando o conteúdo e tendo a oportunidade de comprar uma versão mais barata. A marca também promove eventos presenciais e cursos online para incentivar o aprendizado sobre essas técnicas manuais. O valor dos kits variam entre 6 euros e 63 euros.



Kit *DIY* de cianotipia, da Fábrica de Texturas.  
Disponível em: <<https://www.fabricadetexturas.com/>>

## nº74

A Numero 74 é uma loja em Ibiza que vende enxoval, roupas feitas à mão, e também kits para projetos artesanais. Eles oferecem um mini tear, macramê e conjuntos de bordado livre com gabarito. Seus produtos todos seguem uma estética muito bem definida, caracterizada pela paleta de cores, a tipografia manual e as texturas de linho cru e lã. Os kits são embalados em sacolas de linho. A maioria dos produtos podem ser adquiridos pela loja virtual e também no ateliê presencial. Os kits de bordado variam entre 23 e 75 euros.



Kit *DIY* de tecelagem, da Numero 74.  
Disponível em: <<https://www.numero74.com/>>

## IV. A MARCA



## 12. Conceito

---

Com a proposta do projeto e as análises de produtos similares, foi desenvolvida uma marca que sintetiza as necessidades dos atores envolvidos. Como cada edição dos kits de customização teria sua individualidade por serem baseados em diferentes parceiros, era necessário uma marca que pudesse ser aplicável a uma variedade de identidades gráficas. Mas tanto a identidade da marca em si quanto o conteúdo do kit precisam chamar a atenção do público-alvo, deixando claro que o produto não é composto apenas de artigos usuais em armários. Ela também deve remeter à reinserção da roupa no mercado e ao consumo sustentável. Por fim, a associação com o fazer manual é desejável, já que técnicas artesanais estarão envolvidas no processo de customização.

Com esses critérios em mente, após um processo de ideação e rascunhos (ver capítulo 21), cheguei no nome “Casulo”. A ideia de casulo vem da metamorfose de insetos da ordem lepidóptera, onde é formada a crisálida em que ocorre o processo de transformação da lagarta em borboleta. A marca Casulo, então, seria responsável pela metamorfose da roupa.

A marca lançaria casulos de cada brechó, que instigam os usuários a pegarem suas roupas usadas e mudá-las por completo. O Casulo também é um processo de aprendizado e evolução, ensinando o consumidor técnicas artesanais e um pouco sobre economia circular.

## 13. Comunicação

---

A comunicação da marca é voltada para símbolos, trocadilhos e alusões à borboleta e ao seu ciclo de vida. Assim como também mensagens de evolução, transformação e aprendizado.

Algumas frases que podem ser utilizadas de acordo com as situações:

“A Metamorfa preparou um casulo especial com o brechó X”

“Dê asas à sua imaginação e experimente com os itens do casulo como quiser”

“O casulo é o momento em que a roupa se prepara para virar outra coisa”

“Evolua sua técnica com essas dicas”

“Venha experimentar com as formas da roupa”

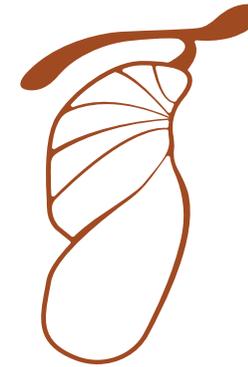
A seguir, um moodboard de referências que me auxiliaram a desenvolver a identidade visual.



Moodboard de referências visuais para a construção da marca.

## 14. Identidade Visual

---



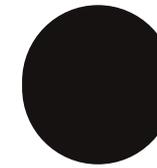
casulo



casulo

A tipografia e o logo que foram desenvolvidos remetem à contornos mais orgânicos, amorfos e arredondados. Em desdobramentos futuros da marca, o logotipo poderia ser melhorado para uma *Variable Font*<sup>7</sup>, assumindo ainda mais um caráter amorfo.

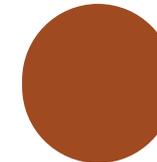
As cores escolhidas são vívidas e terrosas, podendo se expandir para aplicações metálicas como a crisálida de algumas espécies. A paleta é diversa para que se encaixe em diferentes edições do kit.



#231d1c  
CMYK: 70% 70% 65% 80%  
RGB: 35 29 28  
Pantone: Process Black C



#91bc92  
CMYK: 45% 10% 50% 0%  
RGB: 145 188 146  
Pantone: P 140-3 C



#a04b23  
CMYK: 25% 80% 100% 20%  
RGB: 160 75 35  
Pantone: P 35-16 C



#dbc9b4  
CMYK: 15% 20% 30% 0%  
RGB: 219 201 180  
Pantone: 482 C



#da8f29  
CMYK: 15% 50% 100% 0%  
RGB: 218 143 41  
Pantone: 7569 C



#d9e263  
CMYK: 20% 0% 80% 0%  
RGB: 217 226 99  
Pantone: 379 C;

<sup>7</sup>Variable Fonts são tipografias vetoriais cujos parâmetros que definem peso e formato são ajustáveis, as tornando flexíveis.

## 15. Aplicações da marca



Camisa com logo para eventos.  
Modelo de mockup disponível no site Freepik, desenvolvido por graphicheroco.



Mockup de página na plataforma Instagram.  
Fotos utilizadas para simular os posts disponíveis no site Unsplash.

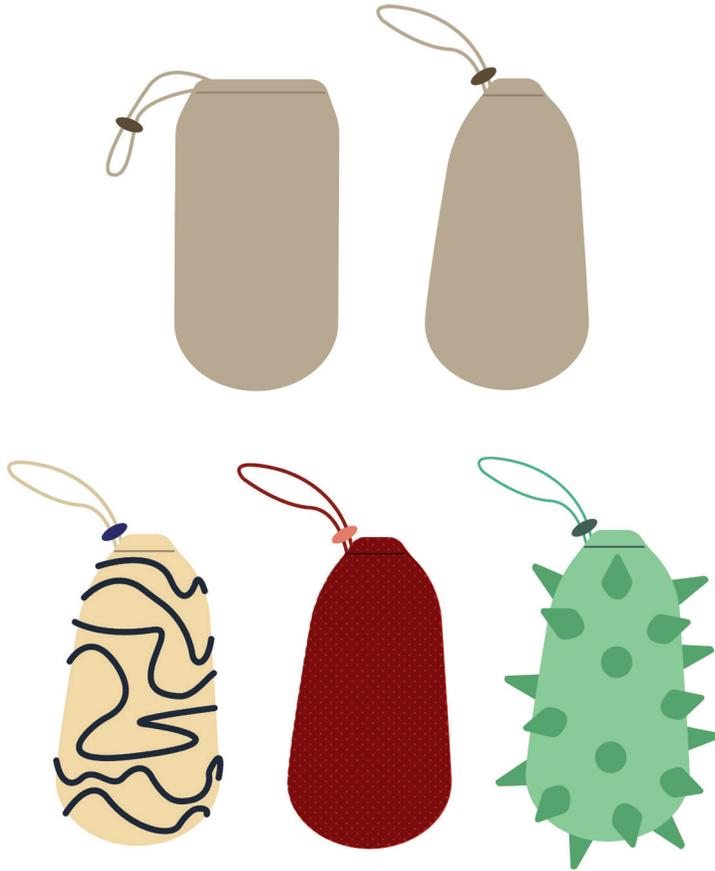


Bloco de notas para distribuição em eventos.  
Modelo de mockup disponível no site Freepik.



Adesivos para embalagens  
Modelo de mockup disponível no site Freepik.

A embalagem é “esquisita” e chamativa, em um formato de sacola ou bolsa que lembra um casulo, sendo identificada por uma etiqueta. Cada edição do kit terá uma textura, tecido ou estampa própria para o tema. A sacola poderia ser reutilizada como bolsinha ou nécessaire posteriormente. Para organizar os itens da caixa, haverá uma caixa contendo tudo ou embalagens para cada coisa dependendo da curadoria dos componentes de cada edição.



Exemplo de como é a sacola e como ela se adaptaria à diferentes temas.

O que o Casulo oferece para seus clientes vai além dos kits. Como adiantado na proposta, está previsto no projeto um site, que atua como uma plataforma de divulgação para seus parceiros, junto das vendas online. Apesar da marca ser composta de diversos elementos e ter aspectos de serviço que são essenciais à sua proposta, dado o tempo limitado para o desenvolvimento deste trabalho de conclusão de curso, priorizei o desenvolvimento do kit como produto central. Essa escolha se deu por conta da necessidade de parceria para ser produzido, e a capacidade de produzir ele determinaria se a dinâmica proposta é viável ou não. Por isso, além da identidade da marca, irei apresentar como resultado a primeira edição do kit completa, que foi planejada e delimitada a partir de uma parceria real. Os demais elementos ficam indicados para desenvolvimento em desdobramentos futuros.

## V. KIT DE CUSTOMIZAÇÃO



## 16. Parceria com o Brechó Thalita's Cottage

---

Para desenvolver o projeto como planejado, foi necessário entrar em contato com os brechós que atuariam como co-designers. A parceria estabelecida foi com o Thalita's Cottage, que já havia sido entrevistado anteriormente na pesquisa. Mariana, a curadora, foi com quem conversei durante esse tempo. Primeiro, enviei o briefing por e-mail explicando a proposta do trabalho e como seria sua participação. Ela aceitou participar e mantivemos a comunicação através de um aplicativo de mensagem.

Ela havia descrito o estilo do brechó como *cottagecore* e *grandmacore*. Cottagecore é um movimento originário das redes sociais que romantiza a vida rural, a paisagem natural, o trabalho doméstico e artesanal como forma de escapismo bucólico. Cottage vem de chalé, chácara, e core é um sufixo derivado do punk *hard-core* dos anos 80 que hoje significa algo como “gênero” ou “categoria”. Ele se manifesta principalmente na moda e na decoração, mas também é praticado como estilo de vida (SLONE, 2020). Grandmacore é um movimento similar, também nascido na internet, centrado na nostalgia de elementos que remetem aos avôs e avós. Ambos os movimentos visualmente estão mais relacionados à história e aos costumes ingleses, mas podem ser interpretados de diversas maneiras (Aesthetics Wiki, s.d.).

Debatemos sobre o que poderia ir no kit, os possíveis itens e o que se relacionava melhor com a curadoria dela. Então montei um moodboard com referências visuais, contando com artigos

que achei em armazinhos online, coisas que poderiam ser ensinadas na revista de customização e ideias para as ilustrações que entrariam como conteúdo exclusivo do kit na forma de bordados ou carimbos.

Com as referências discutidas e aprovadas, então foi rascunhado o que seria o conteúdo para então prototipar. Também foi possível comprar alguns itens-chave em um armazinho para fazer parte da composição do kit. Entre esses processos, busquei confirmar a aprovação da Mariana sobre os elementos que se associariam à sua curadoria.

Após terminar os protótipos, desenvolvi a identidade visual do kit que seria usada para embalagens, a revista e materiais de divulgação. Esta também passou pela aprovação do brechó.

A parceria foi importante para haver um processo de criação o mais próximo de como seria com a marca de fato. A conversa, os parâmetros e as decisões demandam tempo e análise, o que pode ser escasso para os brechós que são movidos por geralmente um ou dois funcionários. Mas apesar disso, o Thalita's Cottage foi muito atencioso e participou ativamente da ideiação. Foi uma troca produtiva, com resultados relevantes para o projeto. Por isso, acredito que esse tipo de colaboração é essencial para a marca e funcionaria com outros brechós, de uma forma frutífera para ambas as partes.



Moodboard de como é a curadoria do brechó Thalita's Cottage  
Fotos retiradas do perfil de instagram da loja, @thalitascottage



Moodboard de como é a curadoria do brechó Thalita's Cottage  
Fotos retiradas do perfil de instagram da loja, @thalitascottage

## 17. Identidade Visual do Kit

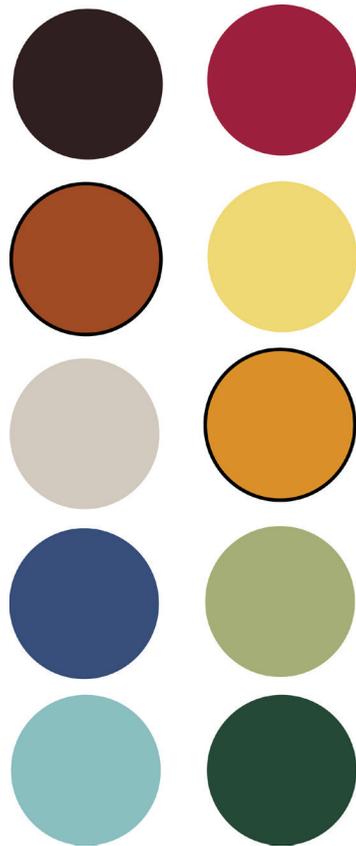
---

A partir do que discuti com o brechó parceiro, foi feita uma cartela de ilustrações dentro do tema proposto, onde se definiu qual seria o propósito de cada desenho. As ilustrações que não entraram como carimbo ou bordado foram aproveitadas na composição da identidade visual.

Escolhi interpretar o estilo cottagecore de uma forma abra-sileirada, inserindo um pouco da fauna e da flora local como o graxaim, o lobo guará, o veado campeiro e as alamandas.



Também foi definida uma cartela de cores que iriam pautar as escolhas dentro do kit, como as tintas e as linhas do bordado. A palheta foi inspirada pelas cores mais utilizadas pelo brechó, e também foi planejada para que remetesse ao campo e ao vintage. As cores circulares são as cores que já fazem parte da identidade da marca. Cada edição terá pelo menos uma das cores da marca incorporada na identidade visual.



A fonte escolhida para esta edição do kit foi a Constantia, uma fonte serifada que dialoga bem com o tema. É uma fonte que lembra as utilizadas em tipos móveis, mas com uma boa adaptabilidade à meios digitais. Ela compõem bem com a visualidade antiga, lembrando livros, e contrasta com os elementos mais rústicos menos polidos.







## 18. Itens do kit

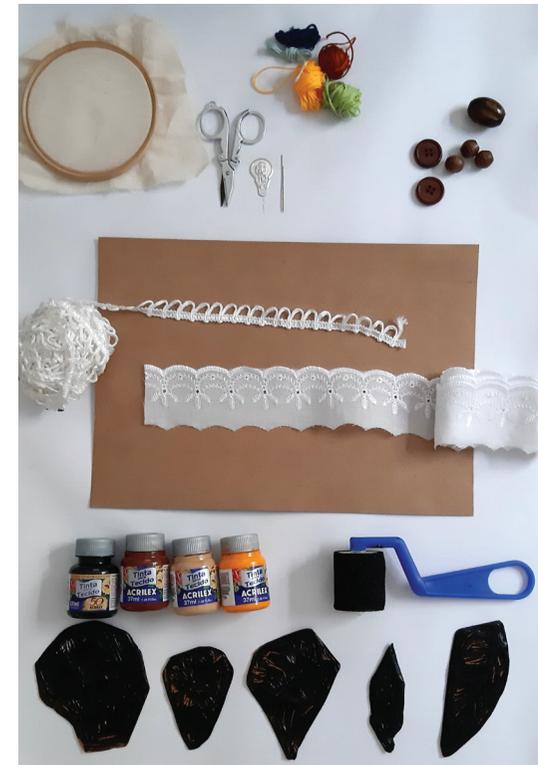
---

Estas são fotos do conteúdo final do kit de customização. O kit contém: Carimbos, bordados termocolantes, botões e miçangas de madeira, duas rendas, tinta e cola para tecido, rolo de espuma e um conjunto de coisas para bordado, contando com agulha, passador de linha, tesoura pequena, meadas de cores diferentes e bastidor.

Os carimbos foram feitos à partir de ilustrações originais. Eles servem como um módulo de estampa manual, para que o usuário experimente diferentes configurações na roupa. Para imprimir no tecido, o kit iria com algumas cores de tinta para tecido e um rolo de espuma. Os bordados também são ilustrações originais. Eles seriam patches termocolantes, apliques bordados que colam no tecido sob o calor do ferro quente. Os desenhos foram feitos para lembrar uma gravura rústica e antiga (ver capítulo 21), e a técnica utilizada no bordado, a pintura em agulha, remete a um semi-realismo expressivo.

Uma parte dos itens foram adquiridos em um armarinho em função do preço, da disponibilidade e da compatibilidade com o que foi aprovado pelo brechó parceiro. Esses foram: os botões de madeira, o bordado inglês e o rolo de espuma. Outras peças eu já possuía, mas seriam facilmente encontradas em armarinho também: as tintas de tecido, as miçangas de madeira, a renda branca e o conjunto de bordado. Nota-se que o único item faltando é a cola de tecido.

As rendas foram um detalhe que o parceiro pediu, e serviria bem ao usuário como um aplique versátil. Uma cola de tecido iria junto no kit para auxiliar essa aplicação, caso o usuário não soubesse utilizar a máquina de costura. Outra inclusão que foi decidida pelo brechó foram as coisas de bordado. O material será necessário para que o usuário aprenda a bordar pela revista.

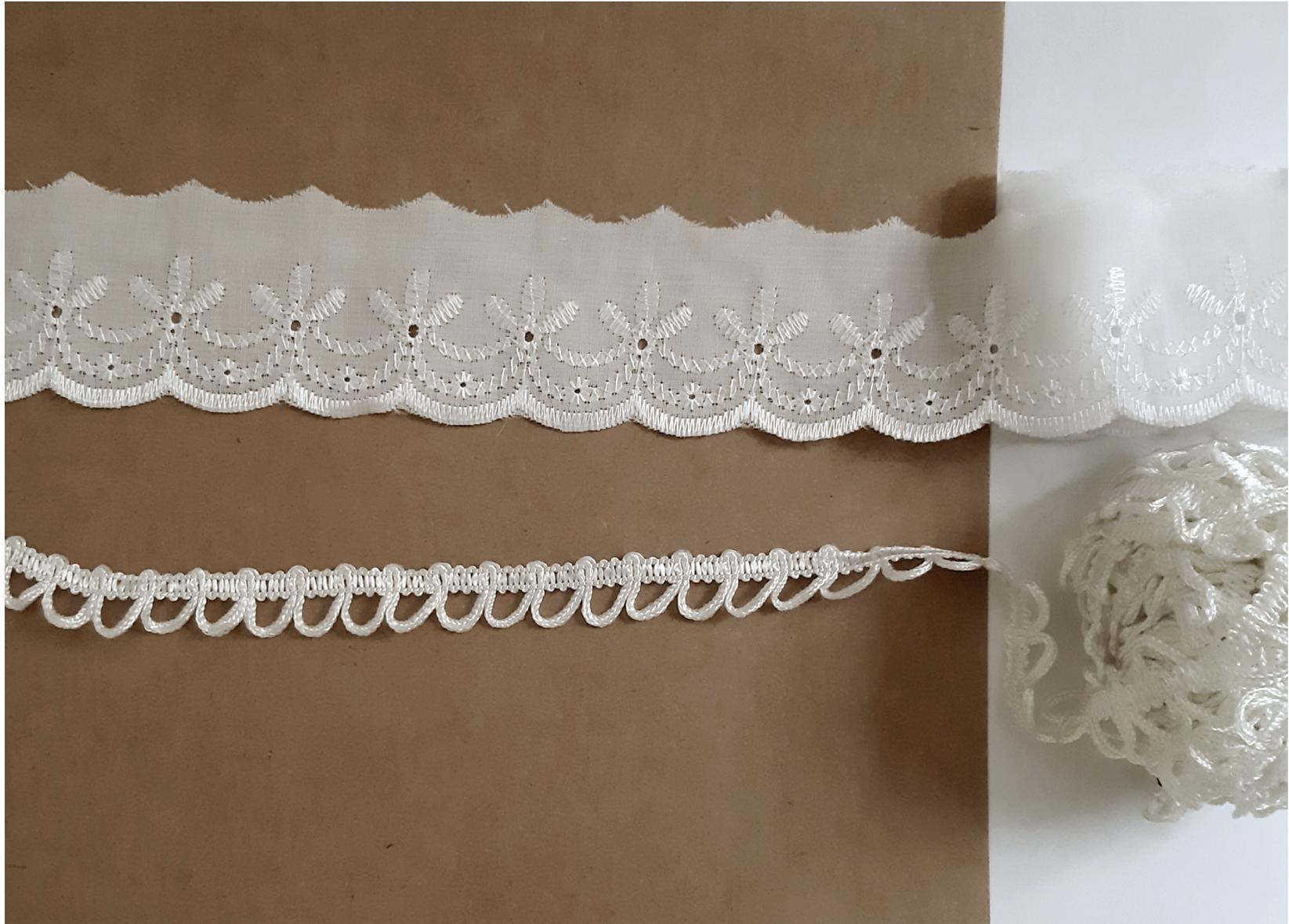




Conjunto de carimbos que fazem parte do kit.



Conjunto de bordados termocolantes que fazem parte do kit.



Rendas que fazem parte do kit.



Botões e miçangas de madeira que fazem parte do kit.



Conjunto para bordar que faz parte do kit.

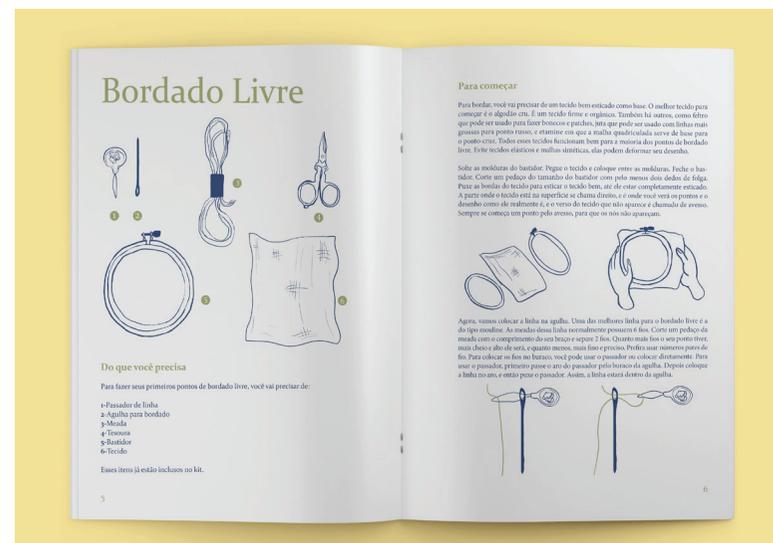
## 19. Revista

Cada edição de kit irá conter uma revista. Seu propósito principal seria ensinar uma técnica de artesanato associada à customização. Também teria uma função de apresentar o brechó parceiro ao usuário, contando a história da loja, mostrando um pouco do portfólio. Além disso, ela também pode explicar como usar os itens do kit, dicas de styling dentro do tema. Uma referência para essa publicação são as revistas de artesanato que costumam vender em armarinhos. O formato estabelecido foi: lombada canoa, por volta de 32 páginas de dimensões 280x200 mm. Seria algo similar a um caderno tamanho a4. A princípio, é para ser uma revista de baixo custo para que a produção esteja mais focada nos outros itens da caixa.

A revista desta edição irá ensinar o bordado livre, como escolha da curadora do brechó, explicar a aplicação do kit, e falar do estilo cottagcore. As ilustrações são digitais e imitam um desenho simples feito à mão com tinta. A fonte é a mesma que a utilizada em todo o kit.

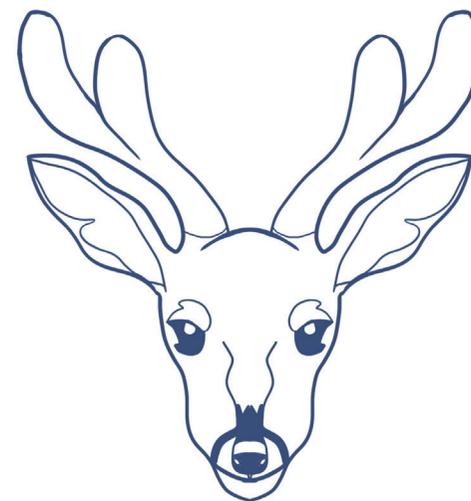
Alguns trechos do conteúdo foram retirados de sites de artesanato e bordado. Na parte inferior da página há uma indicação da fonte original. A marca, ao produzir a revista, irá contratar algum especialista da técnica para escrever as partes instrucionais.

A seguir, alguns spreads diagramados de ela como seria. Ela não está completa, mas fiz como exemplo a capa, o sumário, e partes de três artigos.



Mockup de como seria a revista impressa.  
Modelos de mockup disponível no site Freepik.





## Sumário

O que tem no kit? .....	2
O que é Cottagecore? .....	4
Brechó Thalita's Cottage .....	6
Bordado Livre .....	9
Inspirações .....	12

# O que tem no Kit?



- 1 – Patches termocolantes
- 2 – Carimbos
- 3 – Bordado Inglês
- 4 – Tinta tecido
- 5 – Botões de madeira
- 7 – Miçangas de madeira
- 8 – Cola para tecido
- 9 – Rolo de espuma

5

Aqui vai algumas dicas para você customizar suas roupas com as coisas do kit!

## Como aplicar patches termocolantes

Para aplicar um patch termocolante, você vai precisar apenas de um ferro de passar roupa!

- 1 – Ajuste o ferro de passar roupa para modo algodão.
- 2 – Posicione o Patch Termocolante no local desejado com o bordado virado para cima.
- 3 – Coloque um pano em cima do Patch Termocolante, para evitar danos nas peças.
- 4 – Pressione o ferro de passar roupa entre 15 a 20 segundos.
- 5 – Repita o processo, se possível, do lado oposto da peça, para melhor fixação.

## Como usar os carimbos

Os carimbos são ótimos para estampar suas roupas. Usá-los é bem fácil, só exige um pouco de cuidado.

- 1 – Primeiro escolha a cor da tinta de tecido e espalhe em algum prato ou qualquer superfície que você possa lavar depois sem problemas.
- 2 – Use o rolo para espalhar a tinta nessa superfície e cubra o rolo todo de tinta.
- 3 – Use o rolo para espalhar a tinta pela parte com relevo do carimbo.
- 4 – Posicione cuidadosamente o carimbo no tecido, cuidado para não mexer o carimbo depois que encostar.
- 5 – Pressione bem o carimbo sobre o tecido.
- 6 – Solte o carimbo do tecido com cuidado.

## Como trocar botões

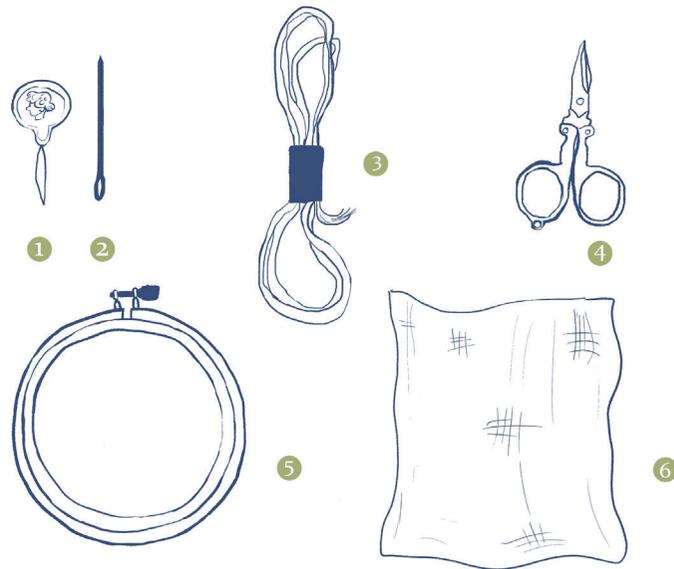
Trocar um botão é mais simples do que parece! Você vai precisar de uma agulha e uma linha de costura. Se não tiver, pode usar o fio de alguma meada do bordado mesmo.

- 1 – Corte a linha do botão da blusa. Corte pela parte de cima, se você cortar a linha abaixo do botão pode acabar furando o tecido.
- 2 – Coloque a linha na agulha e faça um nó.
- 3 – Posicione o botão novo onde estava o anterior. Entre com a agulha por detrás do tecido, entrando em um dos buracos.
- 4 – Entre no próximo buraco ao lado, não o que está em frente ao atual.
- 5 – Vá e volte entre os mesmos buracos até estar bem preso
- 6 – Passe para o buraco em frente ao atual.
- 7 – Vá e volte nos dois buracos restantes até o botão estar bem firme.
- 8 – Faça um nó na parte de dentro do tecido. Corte a linha após o nó.

6

Informações sobre a aplicação de patches termocolantes retirados do site:  
<<https://www.mpbordados.com.br/webstore/?c=1054&t=Como-Aplicar-Patches-Termocolantes>>

# Bordado Livre



## Do que você precisa

Para fazer seus primeiros pontos de bordado livre, você vai precisar de:

- 1 - Passador de linha
- 2 - Agulha para bordado
- 3 - Meada
- 4 - Tesoura
- 5 - Bastidor
- 6 - Tecido

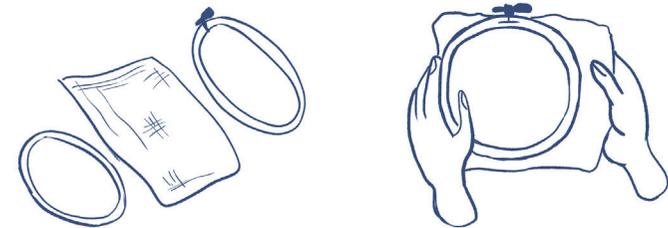
Esses itens já estão inclusos no kit.

7

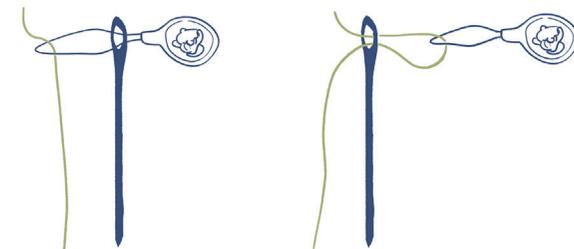
## Para começar

Para bordar, você vai precisar de um tecido bem esticado como base. O melhor tecido para começar é o algodão cru. É um tecido firme e orgânico. Também há outros, como feltro que pode ser usado para fazer bonecos e patches, juta que pode ser usado com linhas mais grossas para ponto russo, e etamine em que a malha quadriculada serve de base para o ponto-cruz. Todos esses tecidos funcionam bem para a maioria dos pontos de bordado livre. Evite tecidos elásticos e malhas sintéticas, elas podem deformar seu desenho.

Solte as molduras do bastidor. Pegue o tecido e coloque entre as molduras. Feche o bastidor. Corte um pedaço do tamanho do bastidor com pelo menos dois dedos de folga. Puxe as bordas do tecido para esticar o tecido bem, até ele estar completamente esticado. A parte onde o tecido está na superfície se chama direito, e é onde você verá os pontos e o desenho como ele realmente é, e o verso do tecido que não aparece é chamado de avesso. Sempre se começa um ponto pelo avesso, para que os nós não apareçam.

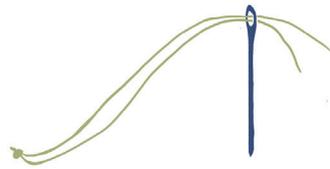


Agora, vamos colocar a linha na agulha. Uma das melhores linhas para o bordado livre é a do tipo mouline. As meadas dessa linha normalmente possuem 6 fios. Corte um pedaço da meada com o comprimento do seu braço e separe 2 fios. Quanto mais fios o seu ponto tiver, mais cheio e alto ele será, e quanto menos, mais fino e preciso. Prefira usar números pares de fio. Para colocar os fios no buraco, você pode usar o passador ou colocar diretamente. Para usar o passador, primeiro passe o aro do passador pelo buraco da agulha. Depois coloque a linha no aro, e então puxe o passador. Assim, a linha estará dentro da agulha.

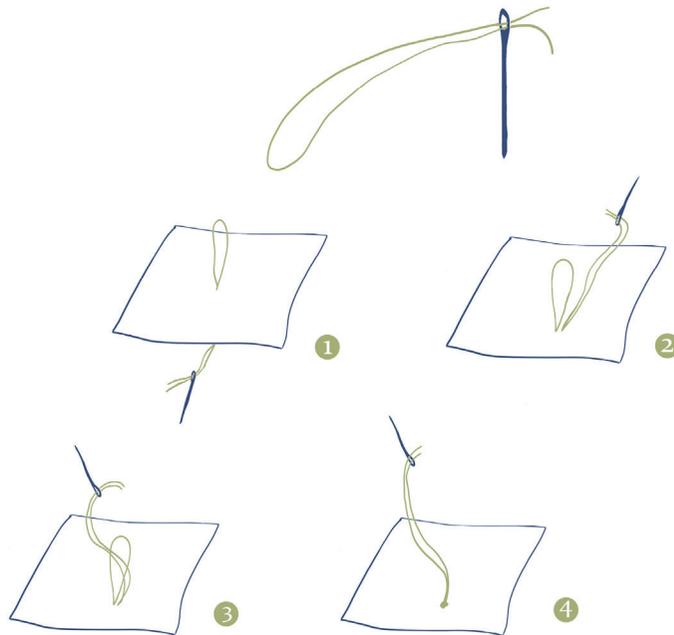


8

Antes de começar o ponto você pode dar um nó em uma das pontas dos fios e deixar a outra ponta solta, conforme a imagem.



É importante deixar um dos lados do fio solto caso seja necessário desfazer o ponto. Você pode começar o ponto com um nó invisível. Fica um acabamento melhor no avesso. Passe todas as pontas dos fios, os dobrando ao meio, pela agulha. Ficar de um dos lados da agulha um aro. Passe a agulha pelo avesso ao direito e deixe um pouco do aro atrás. Volte com a linha para o avesso bem perto de onde você entrou, passando a linha por dentro do aro. Puxe e está feito o nó.

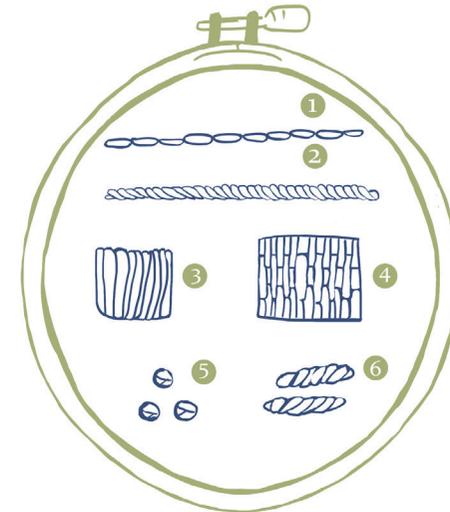


## Transferindo um desenho

Uma forma de fazer o bordado livre é seguindo um desenho. Você pode desenhar diretamente no tecido com um lápis ou uma caneta térmica. São mais fáceis de apagar quando o bordado estiver pronto. Caso queira copiar um desenho, há duas formas eficazes de fazer isso.

Você pode usar um papel carbono próprio para transferir desenhos para o tecido. Há algumas cores, incluindo preto para tecidos claros e branco para tecidos escuros.

Você pode imprimir o desenho, colar ele atrás do bastidor com uma fita crepe e improvisar uma mesa de luz usando a lanterna do celular atrás do tecido, copiando o desenho com a caneta.



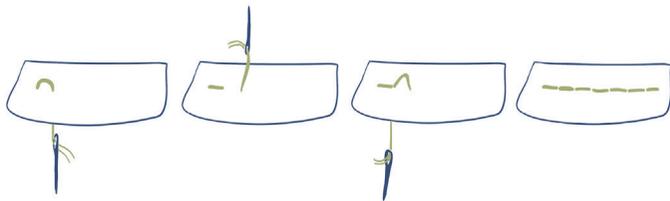
### Principais pontos:

- 1 - Ponto-atrás
- 2 - Ponto haste
- 3 - Ponto cheio
- 4 - Ponto matiz
- 5 - Nó francês
- 6 - Ponto rococó

### Ponto-atrás

Esse ponto é indicado para traçar e contornar linhas e para bordar letras. Ele também pode ser utilizado em específicos preenchimentos, garantindo uma textura bem diferente. É ideal para os bordados pequenos e/ou encurvados e geralmente é a base para muitos outros pontos.

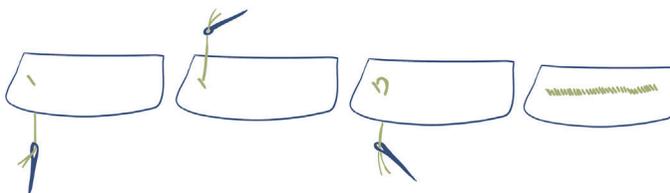
Suba com a agulha no tecido e segure-a para baixo. Desça no tecido da direita para esquerda, saindo no meio da inserção inicial. Segure a linha para baixo, desça com a agulha da direita para esquerda, saindo no mesmo orifício do ponto anterior. Repita até o tamanho desejado.



### Ponto haste

O ponto haste possui uma aparência de corda. É utilizado para fazer contornos. Também pode ser útil para fazer preenchimentos, desde que as carreiras de pontos sejam próximas umas das outras.

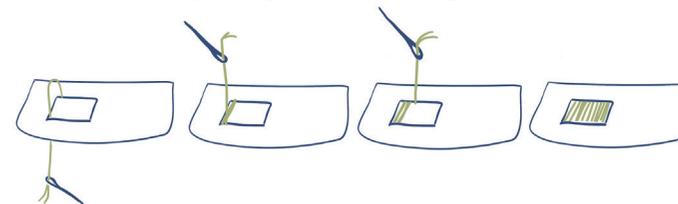
Saia com a agulha no direito, dê um ponto largo e saia novamente com a agulha no primeiro ponto. Dê um ponto mais largo, por cima do primeiro, sempre à direita. Repita.



11

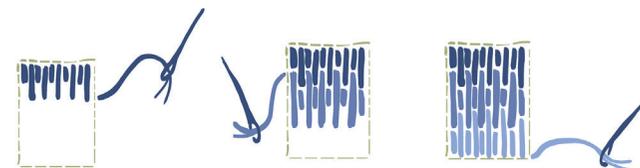
### Ponto cheio

Esse ponto também é utilizado para o preenchimento, porém de áreas menores. Assim como o ponto matiz, o ponto cheio consiste em linhas retas próximas umas das outras. Contorne a área a ser bordada com ponto haste ou ponto-atrás. Preencha a parte contornada com pontos retos paralelos, podendo bordar em diagonal, vertical ou horizontal.



### Ponto matiz

Esse ponto é utilizado para o preenchimento de grandes áreas. Ele consiste, basicamente, em linhas retas próximas umas das outras. Também é um excelente aliado na hora de criar o efeito sombreado. Existem duas formas de fazer o ponto matiz.



### Nó francês

O nó francês é um ponto que quando usado vira uma bolinha em alto relevo. Muito usado para fazer o pólen de flores. Passe a agulha do avesso para o direito. Depois, com a agulha virada para fora, dê três laçadas com a linha em volta dela. Posicione-a no tecido, ajuste a linha à agulha e puxe-a lentamente pelo avesso até formar um nozinho.



12

Instruções dos pontos retiradas dos sites:  
<<https://www.revistaartesanato.com.br/pontos-bordado-livre/>>  
<<http://emporiocatarinense.blogspot.com/2011/05/pontos-basicos-para-bordar.html>>  
<<http://bordadospassoapasso.blogspot.com/2010/08/esquema-de-varios-pontos-de-bordados.html>>

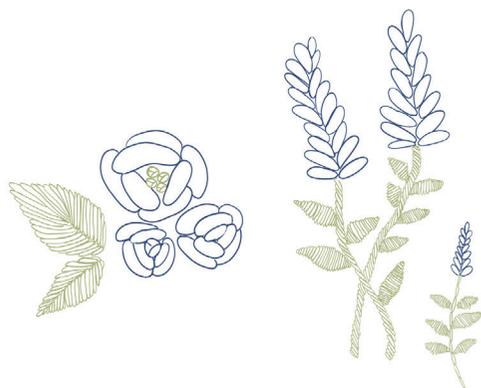
### Ponto rococó

O ponto rococó é semelhante ao nó francês, só que é uma linha em alto relevo. Faça um ponto-atrás do tamanho do Ponto Rococó desejado trazendo a ponta da agulha para o mesmo lugar de onde ela saiu antes, não puxe a agulha toda. Enrole a linha ao redor da ponta da agulha tantas vezes quantas forem necessárias para igualar o espaço do ponto-atrás. Mantenha o polegar esquerdo sobre a linha enrolada e puxe a agulha; ainda mantendo o polegar sobre a linha enrolada, vire a agulha para o mesmo lugar onde havia sido introduzida e introduza-a no mesmo lugar. Puxe a linha até o ponto rococó ficar reto sobre o tecido. Use uma agulha de fundo pequeno para permitir sua passagem através da linha enrolada.



### Fazendo lavandas e rosinhas

A seguir, uma receitinha para você experimentar com o bordado. Tente fazer em uma roupa sua que você queira customizar. Que tal fazer na gola? Ou então nas mangas?



13

Instruções dos pontos retiradas dos sites:

<<https://www.revistaartesanato.com.br/pontos-bordado-livre/>>

<<http://emporiocatarinense.blogspot.com/2011/05/pontos-basicos-para-bordar.html>>

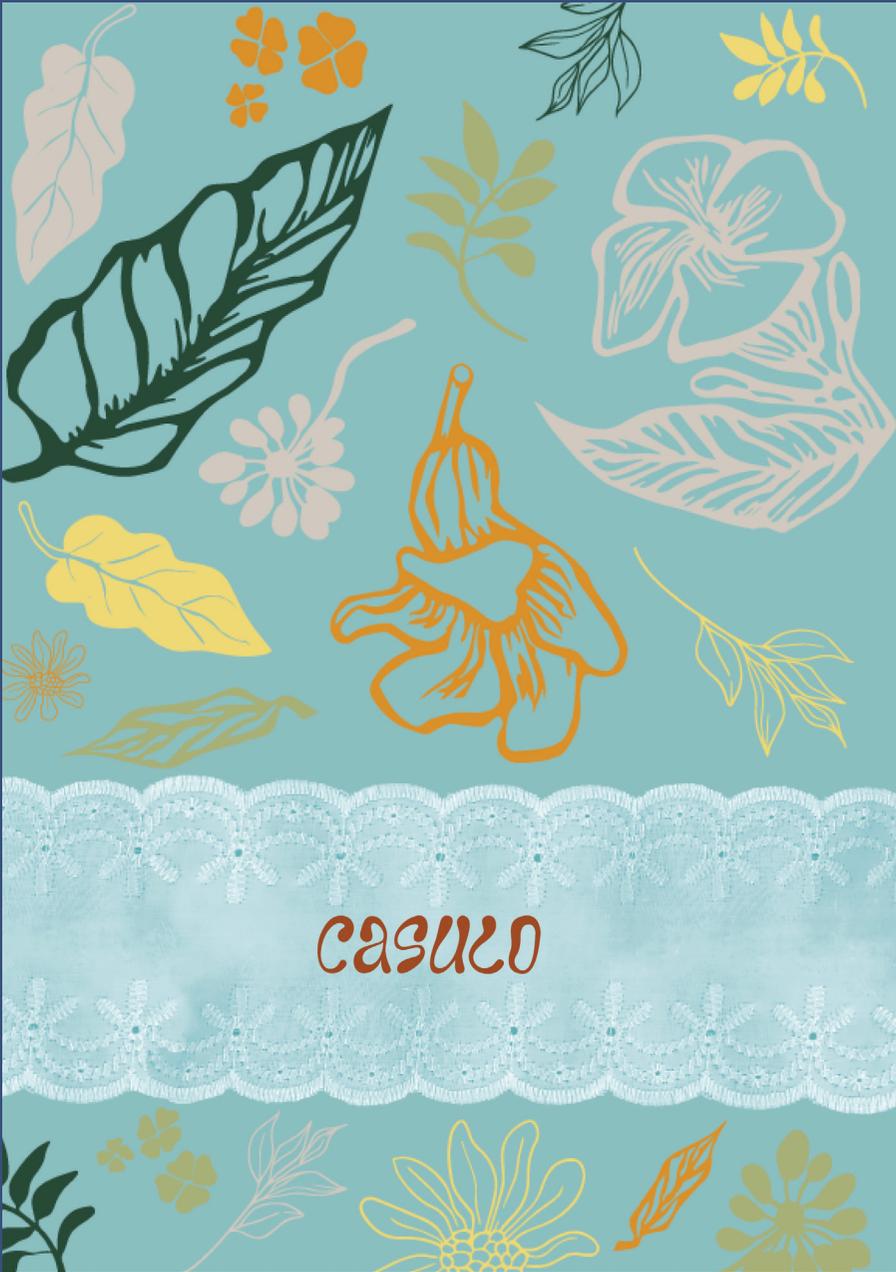
<<http://bordadospassoapasso.blogspot.com/2010/08/esquema-de-varios-pontos-de-bordados.html>>

# O que é Cottagecore?

Cottagecore é o nome dado à um estilo que surgiu nas redes sociais e está muito em alta hoje em dia. O nome “cotagge” + o sufixo “core” significa “chácara” ou “chalé”. Se trata da romantização da vida no campo ocidental em tempos antigos, e é sobre fugir da realidade de uma vida moderna e agitada. O conceito é aproveitar a vida simples em convívio com a natureza e o trabalho manual. A estética também tem influências de movimentos artísticos como arcadismo, romantismo de primeira geração, arts and crafts \*\*e o impressionismo. E vai muito além das roupas! A inspiração campestre e romântica também funciona bem na decoração, nos acessórios, na maquiagem e na comida.



14



## 20. Embalagem

Cada edição do kit terá uma embalagem que remete à um casulo, em formato de sacola, com a sua própria característica. No caso desta edição, a sacola seria em juta ou linho para dar um aspecto rústico e teria um acabamento com rendas, remetendo ao conteúdo. Para identificar o kit haveria uma etiqueta, como as utilizadas em roupas de marca, contendo o nome do brechó e se necessário o tema da curadoria.

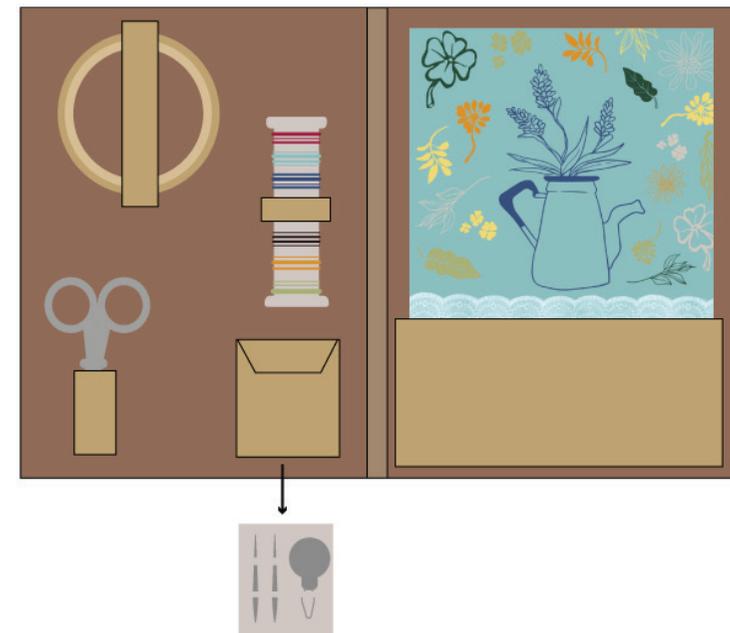
Para organizar o conteúdo, no caso desse kit, a revista ficaria dentro de uma pasta de papelão para não amassar, junto com



Todas as embalagens do kit.

os artigos de bordado. Os botões, os bordados e as miçangas ficariam em saquinhos menores, as rendas presas por uma faixa de papel grampeada. O rolo de espuma e os carimbos ficariam em um estojo. As tintas ficariam em uma caixa de papelão para não vazarem e sujar toda a sacola.

Caso o usuário comprasse o kit via loja online, ele receberia o casulo dentro de uma caixa de papelão reutilizável e reciclável.



Pasta de papelão onde ficam os itens de bordado e a revista.



Etiqueta identificando a edição do casulo.  
Modelo de mockup disponível no site Freepik,  
desenvolvido por rawpixel.com



Caixa para transporte via correios  
Modelo de mockup disponível no site Freepik.

## VI. PROCESSO DE CRIAÇÃO



*Esses foram os resultados obtidos durante o período de desenvolvimento. A seguir, irei especificar como foi o processo de prototipagem, os testes de uso do kit e como eles influenciaram o resultado.*

## **21. Rascunhos e execução do projeto**

---

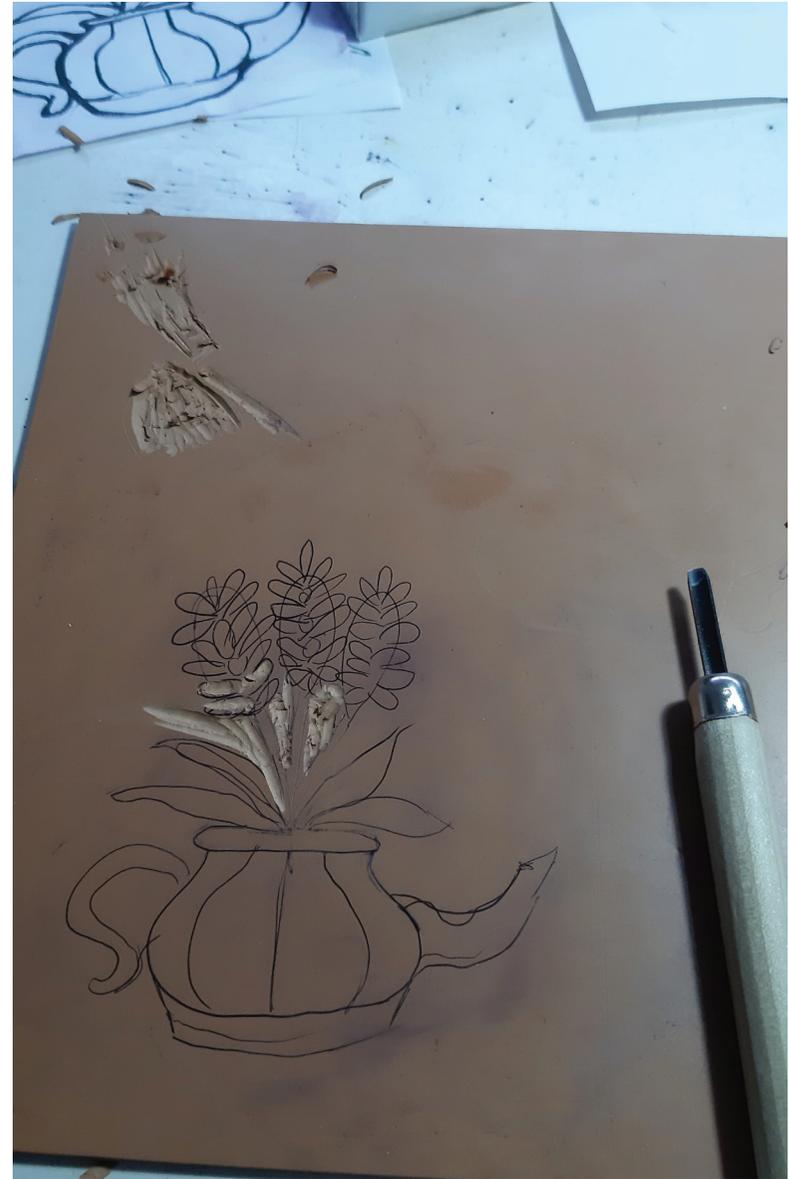
Os carimbos foram confeccionados à mão, por meio da técnica de linoleogravura, para simular o que seria um carimbo feito industrialmente em um cenário de produção em maior escala. Apesar de nesse caso ter utilizado como matriz uma placa de laqueado, que é um emborrachado sintético, carimbos podem ser gravados em matrizes naturais como madeira e recicláveis como o linóleo.

Os bordados também foram feitos à mão simulando uma produção industrial. As ilustrações deles foram feitas no computador em escala e copiadas para o tecido em tamanho real.

As embalagens foram costuradas em uma máquina de costura doméstica, utilizando algodão cru como tecido para o protótipo. Apesar do resultado não ser tão bem acabado, foi importante para desenvolver o molde da sacola e a pasta contendo a revista.



Processo de prototipagem dos carimbos.





Teste dos carimbos em tecido de algodão.



Processo de prototipagem dos bordados.





Processo de prototipagem dos bordados.

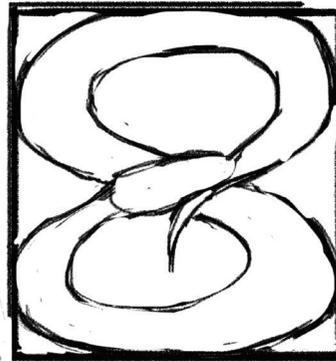
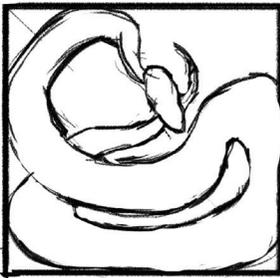
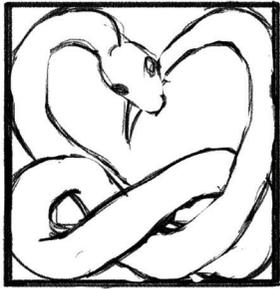




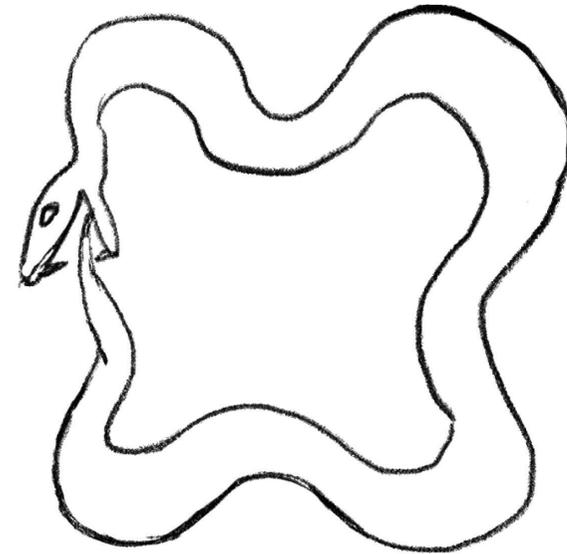
Ilustrações e rascunhos que serviram de base para os carimbos, bordados e identidade visual.



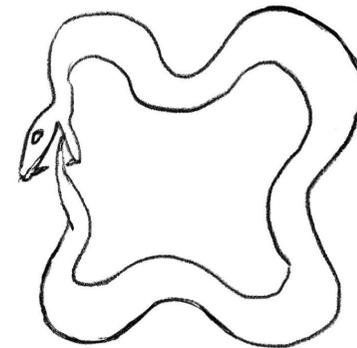
Rascunhos de marca descartados.



caixa do  
alquimista



**Contínua**



**Ressuscitante**

Rascunhos de marca descartados.



# MetamORFA



Rascunhos da marca Casulo que levaram ao resultado final.

## 22. Testes de aplicação

---

Para confirmar a funcionalidade dos protótipos e a coesão do kit, foram realizados os seguintes testes.

Uma camisa jeans (1) foi estampada utilizando os carimbos do kit. É possível compor livremente com eles, aproveitando as características da roupa. A tinta tecido no carimbo estampa bem e não fica falhada se for feita com cuidado.

A aplicação dos bordados (2 e 3) foi simulada pregando os bordados com alfinete. O tamanho dos bordados é adequado para ocupar espaços centrais da roupa, mas também podem ser aplicados onde o usuário preferir.

Outra camisa (4) teve a parte da gola e dos ombros cortada, e para fazer o acabamento do busto costurei a renda do kit. Apesar de preferir a máquina de costura, o usuário teria a opção de usar uma cola de tecido caso não soubesse operar uma. Também troquei o botão original pelo de madeira do kit. Concluí que seria melhor se os botões de madeira também viessem em um tamanho menor e adequado para camisaria, além dos que adquiri na loja.

Fora do cenário de pandemia, um teste com possíveis usuários diversos experimentando fisicamente o kit poderia trazer outras questões para o projeto. Mesmo que apenas com essa testagem, acredito que o kit esteja coeso com a curadoria e o tema proposto, e o que é oferecido ao usuário tem o potencial de o inspirar a criar com suas roupas usadas.

1. Antes



2. Antes



1. Depois



2. Depois



### 3. Antes



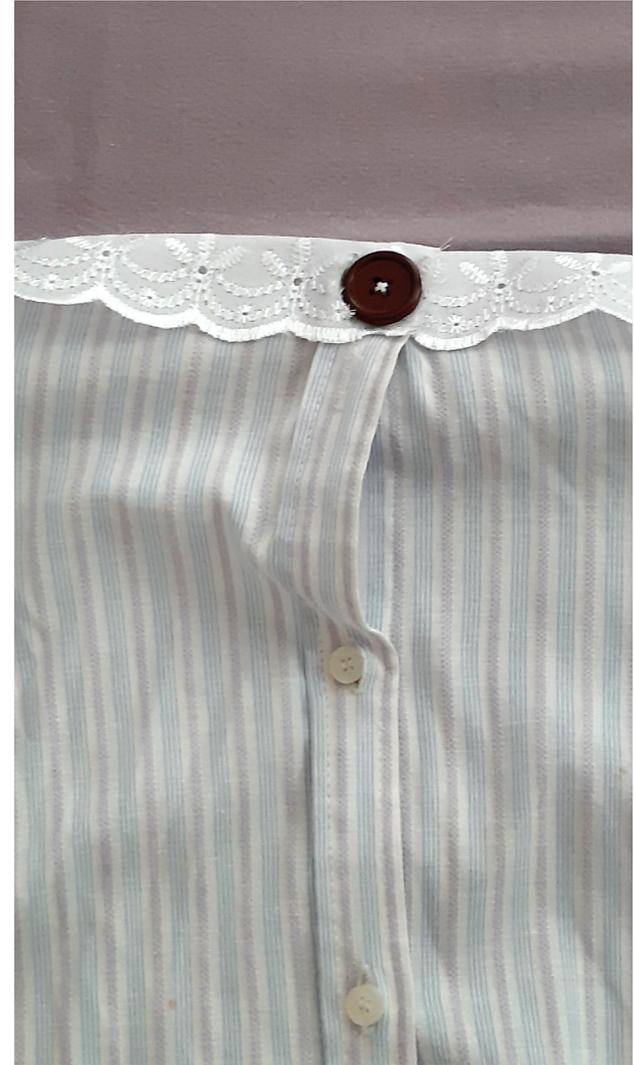
### 3. Depois



#### 4. Antes



#### 4. Depois



## VII. ENCERRAMENTO



## 23. Considerações finais

---

Durante o período do Trabalho de Conclusão de Curso, fui capaz de desenvolver a marca Casulo que colabora com brechós e estimula a customização doméstica com o intuito de ajudar o usuário a pensar seu consumo de forma consciente. O projeto foi resultado de uma investigação detalhada sobre o funcionamento do mercado de segunda mão e sobre questões de sustentabilidade na moda. A seguir apresento alguns encaminhamentos e considerações sobre o trabalho.

A sustentabilidade do projeto se dá pela proposta de ajudar o usuário a perpetuar suas roupas e pelo fomento ao consumo em brechós. A marca se posicionaria em prol de incentivar a reutilização dos kits, a doação e a reciclagem quando o usuário sentisse a necessidade de se desfazer. Mas os materiais que compõem os itens do kit devem ser levados em consideração no caso de descarte, que pode vir a acontecer por iniciativa própria do consumidor. Para o protótipo, busquei os materiais do kit em função da disponibilidade e do preço, sendo alguns itens como as rendas e os carimbos atuais compostos por materiais sintéticos. Mas acredito que esses materiais sintéticos poderiam facilmente ser substituídos por orgânicos, como uma renda de algodão e carimbos de madeira ou linóleo. Os mais complicados de substituir seriam as tintas acrílicas e o rolo de espuma, que são ferramentas importantes na configuração planejada. Além dessas medidas que poderiam melhorar a descartabilidade do produto, os kits também poderiam conter retalhos proveniente de resíduo têxtil, mediante doação e contato com fábricas.

Outra questão que poderia alterar o resultado do kit é a precificação, que ficou em aberto devido à impossibilidade de averiguar seu posicionamento de mercado. Considerando a análise de similares e o custo de mercado dos componentes individualmente, acredito que o valor do kit ficaria em torno de 200-300 reais. Não é um produto barato, pois os materiais, especialmente os carimbos, são custosos, assim como a curadoria do kit e as embalagens o tornam especial. Porém, um kit muito caro poderia atrapalhar o objetivo de mobilizar as pessoas a se envolverem com a customização e o mercado de segunda mão. Portanto, seria necessário uma análise mais profunda, observando como o kit é aderido nos brechós, para observar se o valor é condizente. Caso não seja, os componentes podem ser alterados para serem mais acessíveis, como por exemplo ter menos opções de tinta e carimbo.

A marca pode começar com campanhas de divulgação em redes sociais e espaços virtuais que demandam menos investimento inicial. As primeiras edições seriam lançadas por meio de financiamento coletivo, ganhando credibilidade a cada projeto bem sucedido. Com o reconhecimento do público e uma estabilidade no lançamento das edições, será possível então colocar em prática o aspecto mais de serviço do projeto, desenvolvendo um site próprio, construindo uma comunidade e produzindo eventos.

A pandemia trouxe alguns empecilhos para o projeto, especialmente por se tratar de um produto físico. Testar o manejo

do kit com outras pessoas, visitar brechós e entrevistar seus donos pessoalmente, pesquisar os componentes em armários com mais profundidade, são coisas que poderiam ser muito relevantes para o projeto mas não foram possíveis devido às medidas sanitárias. Outro empecilho foi o tempo reduzido de desenvolvimento por conta do Período Acadêmico Emergencial. Apesar disso, acredito que o projeto teve um desenvolvimento satisfatório.

O kit e a marca Casulo, no atual estágio de desenvolvimento, se mostraram potencialmente eficientes como uma forma de incentivar o consumidor a repensar o destino de suas roupas. O propósito da Casulo é desmistificar a roupa de segunda mão e a customização, inspirar, valorizar a experiência dos brechós e até mesmo educar um pouco sobre a economia circular. Acredito que se a primeira edição fosse produzida e vendida com tudo o que foi proposto, o projeto realizaria seu propósito.

## 24. Referências

---

AESTHETICS WIKI. Grandparentcore. *Fandom*, s.d. Disponível em: <<https://aesthetics.fandom.com/wiki/Grandparentcore>>. Acesso em: 5 jun. 2021.

ROUS, Ashley. THRIFT FLIP // turning ugly clothes into cute clothes. *Youtube*, 2020. Disponível em: <<https://youtu.be/ZFRnQ-Ti6Is>>. Acesso em: 5 jun. 2021.

BRAUNGART, Michael; MCDONOUGH, William. *Cradle to Cradle*. Vintage Books, Cidade: Londres, 2009.

CARVALHAL, André. *Moda com propósito*. Paralela, 6ª edição, 2016.

ELLEN MCARTHUR FOUNDATION, *Ellen McArthur Foundation*, 2020. Portal sobre Economia Circular. Disponível em: <<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/pt/economia-circular/conceito>> Acesso em: 27, out. 2020.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda; *Moda & sustentabilidade: Design para mudança*. Senac São Paulo, 1ª edição, 7 março 2012.

MURRILLS, Angela. Just how slow can you go. *The Georgia Straight*, 3 jun. 2004. Disponível em: <<https://www.straight.com/article/just-how-slow-can-you-go>>. Acesso em: 29 out. 2020.

NERI, Nátaly. MEU GUARDA-ROUPA 100% DE BRECHÓ. *Youtube*, 2020b. Disponível em: <<https://youtu.be/KPh5fiQSPXI>>. Acesso em: 30 out. 2020.

NERI, Nátaly. ESPÍRITOS na suas ROUPAS velhas de BRECHÓ!. *Youtube*, 2020a. Disponível em: <<https://youtu.be/97KmKNtCiMw>>. Acesso em: 5 jun. 2021.

NUBANK. O que é CGC? É igual a CNPJ? *Blog Nubank*, 29 set. 2020. Disponível em: <<https://blog.nubank.com.br/o-que-e-cgc/>> Acesso 11 dez. 2020.

THE OR FOUNDATION. Introduction, *Dead White Men's Clothes*, s.d. Disponível em: <<https://deadwhitemansclothes.org/intro>> Acesso em: 14 jun. 2021.

THREDUP. 2020 Fashion Resale Market and Trend Report. *ThredUp*, 2020. Disponível em: <<https://www.thredup.com/resale/>>. Acesso em: 27, out. 2020.

SLONE, Isabel. Escape Into Cottagecore, Calming Ethos for Our Febrile Moment. *The New York Times*, 10 mar. 2020. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2020/03/10/style/cottagecore.html>>. Acesso em: 5 jun. 2021.

# **ANEXO I**

## **ENTREVISTA COM BRECHÓS**



## Bendita Traça

---

### 1-Quantos anos tem o brechó?

5 anos

### 2-Quantas pessoas trabalham nesse brechó?

2

### 3-Como você se interessou por brechós? O que te levou a montar o seu negócio? Conte um pouco da sua história.

Sempre fui consumidora de brechó, e na época que criei a Bendita esse nicho ainda não era muito explorado comercialmente e também rolava preconceito com peças de segunda mão. Inicialmente criei pra ser uma fonte de renda extra, porque era estudante de arquitetura, mas sempre fui apaixonada por moda! Minha intenção era desmistificar esse universo do second hand e mostrar que é possível ser autêntica, ter estilo e personalidade se vestido de brechó.

### 4-Como está sendo gerenciar esse tipo de negócio durante a pandemia? O que mudou?

Decidi fazer uma pausa nos garimpos durante o período mais crítico da pandemia, porque moro com uma pessoa do grupo

de risco. Investi mais na nossa coleção autoral, que não demanda tantas exposições a lugares diferentes e aglomerações, já que os tecidos de reuso são todos garimpados em um único depósito. Me dediquei mais ao posicionamento da marca e no fortalecimento dos valores e propósitos, criando conteúdos em que o público se identificava.

### 5-Você diria que sua loja tem um estilo definido?

Acredito que sim. Busco por garimpos vintage preferencialmente, e também me baseio muito no meu estilo pessoal. Só garimpo o que eu usaria.

### 6-Como você descreveria seu público?

Pessoas que estão em busca de um consumo mais responsável, que buscam saber a origem das suas peças e que se identificam com pequenas marcas, negócios locais e liderados por mulheres.

### 7-Existe algum ideal que vocês buscam comunicar através das redes da loja?

Sim! Sempre busco comunicar a valorização do trabalho artesanal, local e justo, além de fortalecer a economia do second

hand como forma de moda sustentável. Acredito que a união entre a recuperação de peças em desuso, o garimpo de refugo têxtil e nossos hábitos sustentáveis na logística da marca estão sempre em pauta na nossa comunicação.

**8-A questão da sustentabilidade é importante para vocês? Se sim, de que forma?**

Muito! Além de prezarmos pela recuperação e restauração de peças de segunda mão, nossa coleção autoral é 90% de tecido residual da indústria têxtil e 10% de algodão orgânico de fornecedores locais. Além, é claro, de priorizarmos o uso de materiais recicláveis e reciclados nas embalagens e tags, reuso de materiais que seriam descartados, etiquetas que podem ser plantadas e zero uso de plástico.

**9-Suas peças são reformadas, customizadas, ou remendadas? Vocês modificam as peças?**

Sim! Todas as peças passam pela nossa curadoria - são restauradas, consertadas e higienizadas antes de serem disponibilizadas. Também fazemos uso da técnica de upcycling pra aproveitar peças e materiais que seriam descartados.

**10-Vocês produzem as próprias peças?**

Também. Além dos garimpos, temos a nossa coleção autoral.

**11-É comum algumas peças encaharem? O que acontece com peças que não são vendidas?**

(Preferiu não responder).

**12-Qual a maior dificuldade você diria que tem com a loja?**

Acho que a dificuldade de delegar tarefas e funções. Depois de 5 anos de marca consegui eleger uma parceira que produz exclusivamente nossas peças autorais. Mas ainda tenho dificuldade de distribuir as outras funções, primeiro pela insegurança de passar minhas tarefas pra outra pessoa, e também pelo orçamento apertado.

## Brechó Thalita

---

### 1-Quantos anos tem o brechó?

9 meses

### 2-Quantas pessoas trabalham nesse brechó?

2

### 3-Como você se interessou por brechós? O que te levou a montar o seu negócio? Conte um pouco da sua história.

Sempre gostei de moda. Mas estudando Produção de Moda consegui traçar um público alvo e me dedicar com embaçamento nesse ramo

### 4-Como está sendo gerenciar esse tipo de negócio durante a pandemia? O que mudou?

As formas de garimpo mudaram e o tempo para garimpar também. Agora vou com menos frequência para feiras

### 5-Você diria que sua loja tem um estilo definido?

Vintage/Cottage Core e uma pitada de romântico

### 6-Como você descreveria seu público?

Apaixonado por história da moda, pois a maioria ama algo mais lúdico e romântico

### 7-Existe algum ideal que vocês buscam comunicar através das redes da loja?

Comprar mais de pequenos negócios

### 8-A questão da sustentabilidade é importante para vocês? Se sim, de que forma?

Sim, apesar que não exista nenhum negócio 100% sustentável, nós tentamos ao máximo aproveitar matéria. Algo que me entristece por exemplo. Infelizmente preciso usar plástico, mas isso por conta da segurança do produto mandado. Me avisaram na agência do Correios que uma pessoa transportou vinho (o que é proibido) e estourou no transporte sujando várias mercadorias. Imagina se estivesse um pacote meu em papel pardo com um item branco? Fiquei muito assustada com esse ocorrido e prefiro evitar transtornos com cliente (com razão obviamente). Meu sonho seria não usar nada de plástico.

**9-Suas peças são reformadas, customizadas, ou remendadas?  
Vocês modificam as peças?**

Evito ao máximo modificar peças, geralmente nem garimpo se for para modificar. Apenas passam pela curadoria de troca de botões, reforçar costuras, etc

**10-Vocês produzem as próprias peças?**

Já produzi, mas nunca cheguei vender no brechó

**11-É comum algumas peças encaharem? O que acontece com peças que não são vendidas?**

Sempre acontece, por “n” motivos. Quando faz seis meses e não foi vendido, lançamos promoção, se não sair é doada para uma instituição que ajudo, eles possuem um bazar onde reverterem verbas.

**12-Qual a maior dificuldade você diria que tem com a loja?**

Não possuir um carro para viajar a garimpo. Com a pandemia evito pegar uber e isso dificulta muito a logística de encontrar mais produtos...

## Alio Ateliê

---

### 1-Quantos anos tem o brechó?

Menos de um ano

### 2-Quantas pessoas trabalham nesse brechó?

Apenas eu

### 3-Como você se interessou por brechós? O que te levou a montar o seu negócio? Conte um pouco da sua história.

Já consumo em brechós desde 2013, quando estava na graduação em design, me formei e comecei a fazer peças autorais através do upcycling recuperando algumas peças de brechó e fazendo algo novo a partir disto, agora com o isolamento disponibilizar peças de garimpo me permitiu continuar gerando renda pra marca de outras formas que também são coerentes com o propósito de um vestir mais ético

### 4-Como está sendo gerenciar esse tipo de negócio durante a pandemia? O que mudou?

haha Meio que respondi na anterior, no meu caso, precisei trazer para marcar, para seguir existindo, garimpo além das peças autorais

### 5-Você diria que sua loja tem um estilo definido?

Sim

### 6-Como você descreveria seu público?

Público interessado em consumo consciente ou que se questiona minimamente com os impactos de suas escolhas, e percebe que dá pra se vestir bem, sem contribuir com degradação ambiental ou humana.

### 7-Existe algum ideal que vocês buscam comunicar através das redes da loja?

Sim, o comunicar através do vestir, os impactos do consumo e como dá pra se vestir mais consciente sem perder o estilo.

### 8-A questão da sustentabilidade é importante para vocês? Se sim, de que forma?

SIM, todas as peças da alio autoral foram feitas através da reutilização de restos de tecido descartados por grandes indústrias, junto a garimpos, tornando cada peça única. Os retalhos dessa produção viraram bolsas, que tiveram forros feitos de

jaquetas garimpadas. Os retalhos de ambas as etapas viraram scrunchies com estampas maravilhosas e únicas :)

**9-Suas peças são reformadas, customizadas, ou remendadas? Vocês modificam as peças?**

A alio é uma marca autoral inicialmente, o brechó veio depois, as peças autorais são feitas do 0 por mim, modelagem, peça piloto, teste, ajustes. Os garimpos que precisam de reparo eu também faço antes de colocar a venda.

**10-Vocês produzem as próprias peças?**

As autorais sim.

**11-É comum algumas peças encalharem? O que acontece com peças que não são vendidas?**

Durante a pandemia aconteceu cm alguns mas numa feira recente foram vendidos :)

**12-Qual a maior dificuldade você diria que tem com a loja?**

Dar conta de tudo sendo uma única pessoa

## Já Vali

---

### 1-Quantos anos tem o brechó?

4

### 2-Quantas pessoas trabalham nesse brechó?

2 oficialmente no momento

### 3-Como você se interessou por brechós? O que te levou a montar o seu negócio? Conte um pouco da sua história.

Necessidade financeira.

### 4-Como está sendo gerenciar esse tipo de negócio durante a pandemia? O que mudou?

Acredito que temos que se adaptar e se atualizar a certas situações.

### 5-Você diria que sua loja tem um estilo definido?

Não

### 6-Como você descreveria seu público?

Por ser loja física e online, em cada lugar tenho um certo público. Na loja atendo de todos os tipos, desde idosos a adolescentes.

### 7-Existe algum ideal que vocês buscam comunicar através das redes da loja?

Acredito que o que eu tento passar tanto na loja física quanto no instagram é a inclusão, ou seja, que você pode vestir o que quiser independente do seu corpo ou gênero!

### 8-A questão da sustentabilidade é importante para vocês? Se sim, de que forma?

Sim, o brechó em si é uma forma de reaproveitamento! Por trabalharmos com doações aparece de tudo, então tentamos aproveitar ao máximo as peças, caso não dê para usar temos algumas instituições que doamos para aproveitar o tecido.

### 9-Suas peças são reformadas, customizadas, ou remendadas? Vocês modificam as peças?

Sim e sim.

**10-Vocês produzem as próprias peças?**

Não.

**11-É comum algumas peças encaharem? O que acontece com peças que não são vendidas?**

Tem peças que ficam um certo tempo. Não seria "ficar encahada", eu acredito que a peça espera o dono certo.

**12-Qual a maior dificuldade você diria que tem com a loja?**

As pessoas não valorizam brechó. Acreditam que é muito facil, porém não é!

# ANEXO II

## ENQUETE COM POSSÍVEIS USUÁRIOS



## Resumo

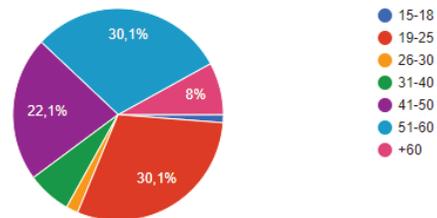
---

Durante a pesquisa do projeto, foi feita uma etapa focada em analisar como o público geral se relaciona com seu armário e com o mercado de segunda mão. Essa etapa consistiu em uma enquete anônima no formato de formulário online.

Neste anexo foram separadas estatísticas das respostas , junto de citações específicas copiadas diretamente do que foi enviado. Elas resumem as 163 aplicações ao formulário.

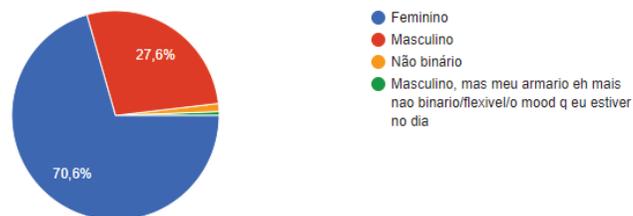
### Idade

163 respostas



### Gênero

163 respostas



### **Com que frequência você compra roupa nova?**

Raramente, pouca frequência ou quase nunca- 37 respostas

De acordo com a necessidade- 19 respostas

Quinzenalmente- 2 respostas

Uma vez por mês- 8 respostas

A cada 2 meses- 19 respostas

A cada 3 meses- 12 respostas

A cada 4 meses- 2 respostas

A cada 6 meses- 4 respostas

Anualmente -14 respostas

“É raríssimo comprar roupas p uma emergência, tipo...tenho uma festa e não tenho o q usar. Uso roupas por vários anos...tenho um sobretudo de 3 anos atrás. Sempre tenho alguma coisa nova p usar. Até o ano passado comprava muita coisa fora do Brasil, por conta da qualidade, design e preco...getalmente 1 vez por ano.”

“Acho que na frequência que preciso trocar por questões de peso. Tipo engordei ou perdi peso percebo que preciso comprar roupas. Então não tem muito um padrão. Diria que é uma frequência "normal" sem pandemia e agora basicamente troquei bastante peças porque engordei nesse período de isolamento.”

“Antes da pandemia passei pelo menos uns dois anos sem comprar roupa nova. Durante a pandemia já fiz umas 4 compras online, trás num intervalo de pouco mais de um mês.”

“Compro mais ou menos umas 3x por ano uma coisinha ou outra. Minha mãe é costureira e a maior parte das minhas roupas foi ela que fez”

“Não é algo tão corriqueiro pra ter uma frequência regular. Costumo comprar mais próximo ao meu aniversário.”

Hiiiiiiiiii quando posso, quando acontece, é para o meu aniversário ou para o ano novo.

Sempre que tenho dinheiro sobrando

Quando as roupas acabam

### Como você descreve o seu armário?

Bagunçado- 9 respostas

Organizado- 7 respostas

Básico- 6 respostas

Arrumado- 4 respostas

Cheio- 4 respostas

Apertado- 3 respostas

Prático- 3 respostas

Lotado- 3 respostas

Respostas em relação a organização principalmente, insatisfação com a quantidade de roupas ou com a disposição. Outros consideram o armário organizado e até se gabam da ordem.

Versatilidade funcional das roupas- Básico, prático, eclético, diverso, casual. Não fala sobre estética ou quantidade mas mais sobre como as roupas funcionam para a pessoa. Discursos funcionalistas permeiam boa parte dos relatos. "Roupas que funcionam"

Mais especificamente sobre estilo, quem respondeu descreveu mais o armário:

"Um estilo bem sapatão caminhoneira. No geral compro peças que entram em mim com preferência do setor "masculino". Mas no geral a prioridade é entrar e ficar confortável."

"Eu tinha, antes da pandemia, um guarda roupas bem funcional e sem excessos. Cerca de 100 itens incluindo roupa de prática esportiva, pijama e sapato."

"Tenho poucas peças e tento fazê-las funcionarem ao máximo entre si. Foco principalmente em cortes streetwear ou alfaiataria."

No geral ele é o que dá pra aproveitar da vida. Muita coisa de segunda mão. E tentativas de reinvencão dessas coisas antigas."

"Muitas roupas com diferentes estilos mas que ao mesmo tempo me fazem sentir necessidade de adquirir algo novo"

"Cheio de roupa que comprei com 15 anos e não acabam e roupas que pego da minha mãe/irmã"

"Acervo aleatórios dos últimos anos, e com roupas roubadas da minha mãe"

"Atualmente está com muitas roupas que eu não uso pois engordei 10kg."

"Classificado por estação e cor e tipo de uso"

"Muitos vestidos e roupas coringa"

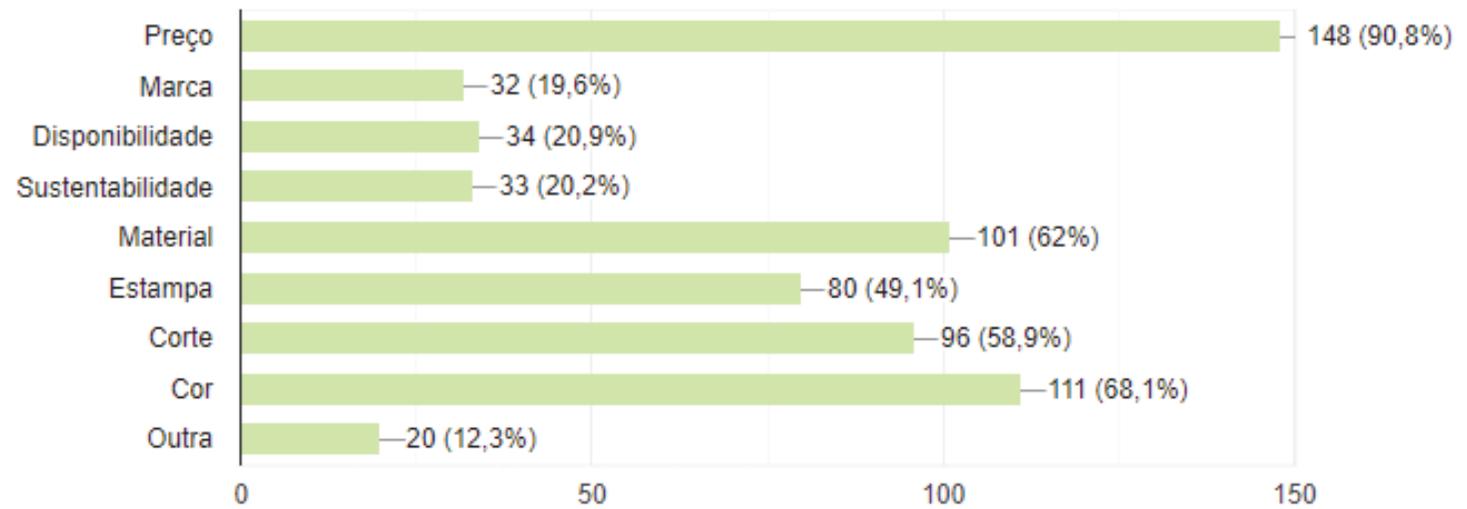
"Com uma personalidade forte"

"Muita roupa de visco lycra"

"diverso; androgino, largo, confortável, lesbian chic, punkzinho, engraçado"

**Quais critérios você usa para escolher as roupas que vai comprar? (Pode marcar mais de uma)**

163 respostas



**Você possui algum ritual quando sai para comprar roupa?  
Como costuma comprar?**

Não- 43 respostas

“Olhei gostei comprei rsrs”

“Não. Para algum evento.”

“Em shopping. Bem rápido.”

“Normalmente na mesma loja”

“Olhar primeiro na loja virtual”

“Não, hj em dia compro mais pela internet”

“Nenhum ritual. Compro pouco mas de qualidade”

“Tomo um chope depois.”

“Nenhum ritual - estou me acostumando e gostando muito de comprar pela internet.”

“Passo em todas as lojas possíveis para escolher a mais bonita com o melhor custo”

“Gosto de pensar antes no que preciso, e se vai combinar com peças que disponho.”

“Quando preciso de uma roupa nova, vou numa loja de roupa

(de preferência das mais baratas).”

“Geralmente frequento os mesmos lugares, e não compro na hora. Fico namorando a roupa por um tempo”

“Não, só vou nas lojas mais baratas (c&a, renner, leader, etc) ou subo a rua teresa em petrópolis”

“Normalmente não saio com esse objetivo, as vezes surge algo que me interessa e se eu tenho condições ,compro :)”

“Olho e vejo se dá sem experimentar . Odeio experimentar roupa. Meço em casa se não der volto a loja pra trocar”

“Não tenho ritual. Vejo o que me caí bem, o que gosto, adequado para a proposta de uso. Geralmente, com cartão de débito”

“Sou meio chata, as vezes saio p comprar fico horas e nao compro nada. As vezes saio e na primeira loja ja compro... depende mt”

“Não muito, apenas costumo frequentar as mesmas lojas por insegurança. Corte e caimento são tudo pra mim e nem tudo fica bem em mim”

“Eu normalmente vou com minha mãe ou minha irmã para o shopping ou o calçadão de NI e seguimos para as lojas que já estamos acostumadas”

“Eu gostava de ir no shopping com minha amiga mais proxima ai a gente passava horas provando tudo q tinhamos vontade, acabavamos escolhendo poucas peças no final kk”

“Não tenho nenhum ritual, mas em geral tinha uma "meta" em mente: eu tenho o evento x ou um novo ambiente de trabalho etc. Na pandemia é só comprar para acalmar a ansiedade mesmo.”

“Tenho o aliar “preço e marca”, aproveito as “sales seasons”... principalmente da Zara. Sempre compro algo em viagens ao exterior. Há tb as compras que faço para “me presentear”

“Compro quando preciso substituir alguma coisa, ou se gostei MUITO da roupa e o preço também está bom. Mas estou tentando passar a fazer minhas roupas e quando precisar, só comprar em brechó.”

“Não. Mas tenho lojas específicas as quais sei que tem meu número e meu estilo. Tento comprar em brechós também mas tem toda uma questão de tamanho que me impede de consumir apenas em brechós.”

“Sempre faço uma lista de prioridades, o que eu preciso e se sobrar dinheiro compro uma peça que combine. Ultimamente também tenho buscado comprar peças com cortes/estampas/cores diferentes para sentir mais fashion.”

“Só compro o que tenho certeza que gostei. As vezes vejo na vitrine e só compro na semana seguinte. Mas não saio às compras e fico dando voltas e voltas. Vou exatamente na loja que quero e compro exatamente a peça que eu quero”

“Acho que não é um ritual, mas eu pesquiso bastante antes de comprar. Muitas vezes eu não "saio" também, porque compro online. O que eu faço é acumular referências e links e organizar

digitalmente em blocos de notas que suportem imagens (usando o trello, as vezes)”

“Cara, não possuo. Inclusive tenho percebido o quanto os encontros e inspirações aleatórias de roupa que só acontecem nos acasos dos vai e vens da perambulação pela rotina fazem falta nessa quarentena. Não consigo escolher roupas sem essas variáveis. Então costumo comprar nesses surtos de inspiração e obsessão aleatórias”

“Eu costumo olhar a loja toda peça por peça. Pegar as que eu acho interessantes e provar. Depois eu analiso se faz sentido com meu armário e o que eu uso. Qual o material da peça. Se pode ir na máquina. Se ficou bom no corpo. Se algum desses for ruim já tiro. Vejo o preço por último e aí considero se vale o custo benefício. Geralmente acabo não comprando nada mesmo hahaha.”

“Tanto em compras físicas quanto em compras online, tendo a pesquisar extensivamente todas as opções possíveis de peças que me interessem e que combinem com o resto do meu armário. Presencialmente, eu experimento todas, tiro fotos para comparar e ver quais tem caimento melhor em mim. Quando compro online, meço minhas peças favoritas para comparar com as que desejo comprar, para ter uma ideia de como ficariam.”

“Em um dia normal vou direto para as promoções e começo a procurar algo bonito e em conta. Se tenho que escolher roupa para uma ocasião em mente rodo todas as lojas e vejo as potenciais peças e depois as comparo. Após isso volto na loja que tenha o que me agradou mais (seja em caimento, preço, etc).

Existem outras ocasiões em que eu já tenho uma peça escolhida a tempos mas sem dinheiro para comprar. Então, na primeira oportunidade eu vou direto e compro a peça apenas parando para conferir se os detalhes de confecção estão direitinho.”

**Você busca referências para se vestir? Se sim, onde? (Pode marcar mais de uma)**

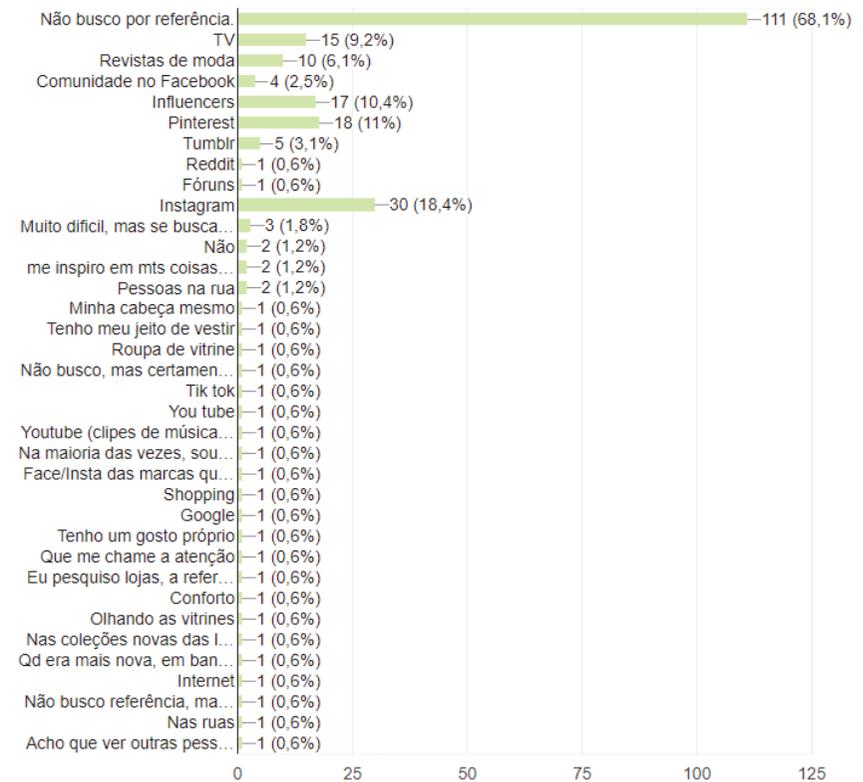
Alguns casos onde a pessoa ao invés de responder sobre a busca por referência, respondeu que a própria referência é ele mesmo, ou vem da própria cabeça. Uma ideia de que existe uma moda, ou escolhas de moda, sem referência. Celebidades, clipes de música, filmes, ícones histórico, shows, personalidades.

“Tenho um gosto próprio”

“Minha cabeça mesmo”

“Tenho meu jeito de vestir”

“Na maioria das vezes, sou básico!!”



## Como você se sente com a ideia de usar a roupa que era de outra pessoa?

Não gosto- 7 respostas

Normal, sem problemas, indiferente, tranquilo- 25 respostas

“Super ok, tenho várias de amigas ou familiares. Na minha família as roupas sempre foram passadas do maior para o menor ateeeeé não dar mais para ninguém.”

“Depende mais do estado da roupa e da loja. Como sou extremamente alérgico, evito ambientes de roupas usadas porque geralmente (e sei que não é uma regra necessariamente, mas é a minha experiência) elas têm muita poeira ou mofo. Os ambientes onde não encontro esse problema são brechós mais caros, onde a proposta de valor já não me faz tanto sentido.”

“Não gosto, pois carrego uma criação rígida em que não fazíamos isso a menos que fosse roupa de parente. Irmãos e primos. Mas, acho muito bom o novo conceito de brechó onde as pessoas vendem o que não lhe serve mais e que servirá para outras pessoas.”

“Não ligo. Lavaria antes de usar claro, mas fora isso acho que reutilizar roupas é algo necessário para nossa sociedade consumista.”

“Se ela tá inteira, tá ótima. Se for de alguém que eu não conheço ou que não tenho intimidade, eu faço uma limpeza energética”

“Não tenho o hábito, só uso as que foram de minha irmã e sobrinha. Na verdade, creio que me sentiria um pouco culpada.”

“Não gosto de brechó. Não compraria roupa usada, porém usaria se ganhasse e gostasse. Comprar usado nunca”

“Não me importo, desde criança eu já usava roupas que já foram de outras crianças (e não cabiam mais nelas).”

“Não me importo. Se era de alguém q eu gosto fico contente. Se não conhecia, não sinto nada”

“Não é simples, mas hoje considero a ideia pela sustentabilidade e economia.”

“Fico sem jeito de ter que lavar e devolver depois”

“Tenso”

### **Você troca roupas com seus familiares ou sai para comprar roupa de segunda mão? Se sim, onde?**

“Herdo muita coisa de parentes e amigos, também já comprei mt no brechó da igreja do ingá e tbm no da igreja são pedro, nos de uma rua aqui no centro de niterói, no da igreja do largo do machado, no grito bazar, no belchior brechó e muita coisa do enjoei”

“Compro em brechós online mas normalmente acessórios”

“sim, ambos. brechós no instagram”

“Já recebi bastante roupa que era da minha irmã quando ela estava fazendo uma limpa no armário dela. Mas até hoje nunca fui em lugares que vendem roupas de segunda mão, às vezes fico com vontade de ir, mas acabo sempre desistindo. Mais por preguiça mesmo.”

“Eu costumo trocar roupa com minhas amigas, ja roubei umas da minha mae tb. Nao conheço mts brechós entao nao sou de comprar roupas de 2 mao, pretendia começar a fazer isso esse ano, ja q queria modificar meu guarda roupa. Mas o corona nao permitiu kk”

“Sou mais de trocar roupas com familiares etc. Nao conheço mts brechós, ou entendendo muito como introduzi-los nos meus mecanismos de inspiração/compra. Daí eles ficam jm pouco de fora. Mas gostaria que fosse um habito mais pregnante p mim”

“Recebi muita roupa do meu irmão quando pequeno. Hoje em dia a gente compartilha, por ser da mesma altura, e tamanhos,

mas sem troca de posses. Não compro roupa de segunda mão porque no Rio é muito difícil achar coisa legal masculina.”

“Troco roupa direto, adoro fuxicar o armário dos outros, mãe, irmã, avó e até do meu pai já peguei alguma coisa. Já fui em uns brechós perto de casa, mas não faço muito isso pq já tenho roupa demais e estou tentando acabar com elas.”

“Sim, minhas primas me dão roupas que não cabem mais nelas. Não costumo comprar roupas de segunda mão, quando tentei comprar online achei caro para uma roupa já usada.”

“Troco de roupa com minha mãe. Vestimos os mesmos tamanhos e uso muito coisas que ela usava quando era mais nova também. Não saímos para comprar roupas de segunda mão.”

“Eu troco bastante roupa com minha família que mora comigo e raramente com outros familiares. E compro em bazares quando estou procurando uma peça específica”

“Devido ao meu hábito de ter poucas peças, as vezes eu dou algumas das minhas peças para meu pai ou para minhas irmãs, mas é bem raro.”

“Nem uma coisa, nem outra. Não gosto muito de brechó, aquela coisa da energia. Quando acontece é deles pra mim.”

“Troco, não é comum. Gosto de frequentar brechó, mas não é fácil encontrar peças do meu tamanho”

**Você remenda suas roupas? Quando rasga, fura, cai o botão. Como?**

Sim- 10 respostas

Não- 12 respostas

“Costuma remendar sim. Mas depende mt da roupa e do problema, qdo é aqueles buraco de traça, nao tem jeito, mas qdo é um buraco na costura ou cair o botao, eu costumo coturar sozinha, pedir pra minha mae me ajudar (convenhamos eu nao sei costurar kkkk) ou levar numa costureira se for algo mais complexo”

“Minha mãe tem uma caixa de costura com linhas de costura de várias cores diferentes, é só procurar a cor mais parecida com a usada no tecido da roupa e costurar. Isso nos casos mais simples. Quando é necessário um trabalho mais cuidadoso geralmente peço para minha avó consertar.”

“Muito! Minha mãe é costureira mas quem é ótima para conserto é minha vó. Minhas calças rasgam muito fácil na coxa e botão de macacão vive caindo. Tenho um casaco preto que uso muito, mas também ta todo remendado. Eu uso a roupa até acabar e minha mãe reclamar que ta feio já.”

“Sim. Eu sei costurar na mão e tenho maquina em casa. Costumava costurar do zero entao n costumo ter problema. As vezes escolho linha e botão diferente pq n tenho igual mas faço parecer proposita. Já até pintei uma linha branca com sombra rosa p ficar igual o tecido kkkkk”

“Sim. Depende ... se for um botão eu mesma coloco pois basta agulha e linha. Agora outras coisas como zíper, busco locais que façam o serviço”

“Sim. Via lojas especializadas em reparos.”

“Sim, costuro, as vezes uso estado mesmo.”

“Costurou na mão . Não tenho máquina .”

“Sim. Eu mesma ou levo para costureira”

“Se eu gostar da roupa, sim”

## Você ajusta suas roupas? Faz pence, bainha. Como?

Não- 28 respostas

Sim- 9 respostas

Costureira- 3 respostas

“sim, minha tia avó faz pra mim ou alguma costureira”

“Eu costumo diminuir bainha de saia e calça pq sou auto e n gosto muito de roupa curta. Além disso as vezes diminuo a cintura das peças e tiro manga de blusa. N costumo mexer no formato de blusa pq gosto delas largas e mais quadradas msm.”

“Alguns tipos de ajuste mando pra costureira (barra de jeans), outros faço com agulha e linha, mas qdo era mais jovem já usei fita crepe ou mesmo grampeador”

“Quando está mais nova minha mãe ou avó levava para a costureira. Hoje, mesmo que eu precise, o máximo que Fábio é dobrar a bainha e colocar um cinto.”

“Não tenho esse hábito, sempre procuro comprar peças que já tem um caimento bom em mim de primeira. As poucas vezes em que fiz ajuste foram em terno.”

“Eu normalmente preciso fazer pence nas calças, porque as calças que ficam bem em mim em altura, normalmente ficam largas. Minha mãe faz na máquina”

“Se é a roupa tem um tecido mais simples, eu mesma faço pence. Senao levo na costureira. Mas é mt caro... ai uso um cinto mesmo”

## Você gosta de customizar suas roupas? Como?

Não- 80 respostas

“costumo cortar algumas coisas e as vezes uso alfinetes, correntes, pins, tassels, mas 'customizo' principalmente pela combinação com acessórios, mais styling do que uma customização permanente na real né; também já fiz umas camisetas por sublimação qnd era bem mais novo”

“acho brega”

“Sim, normalmente colocando bordados, rendas, pérolas ou outro tipo de material para valorizar mais o modelo. Costumo também fazer algum tipo de pregas no modelo para se ajustar melhor ao meu corpo. O que não tenho o hábito de fazer é transformar totalmente a peça.”

“Sim, mas de maneiras nao tao drasticas intervencionisticamente. Tipo, minhas customizações sao mais sobre o modo de uso, tipo, um reprojeto da função do que da forma. Nao tenho muita aptidão com textil pra fazer esses reprojeto de forma.”

“Gosto mas n faço sempre. Faço pequenos bordados, tinjo o tecido e faço ajustes para melhorar a roupa em mim. Já estampado blusa em loja (não gosto da versão que faz em casa, pq estraga rapido) já coloquei paete e miçanga em roupa, etc”

“Não exatamente gosto pq as vezes da errado, mas tento customizar quando a roupa por algum motivo n serve mais (fica pequena, ou esgarçada, manchada, etc) e aí tento dar uma

adaptada, transformar vestido em saia, cortar blusa etc”

“Eu não sei muito de costura, e tenho medo de estragar a roupa. Já mandei uma ou outra roupa para costureiras fazerem algumas customizações que eu pedi (aumentar a gola, cortar as mangas...) mas acaba saindo caro.”

“Raramente, quando uma roupa está muito gasta e eu tenho um apego emocional. Eu posso tirar partes (como fazer shorts de um calça); costurar outro tecido sobre a parte gasta....”

“Não costumo customizar, muito, no máximo cortei a manga de algumas T-shirts. Tenho vontade de fazer bordados nos bolsos de uns casacos, mas ainda não tenho prática pra isso.”

“Olha já cortei algumas roupas... Já transformei calça em short e blusa em cropped, mas normalmente me arrependo.”

“Sim. Vestidos viram saias ..... calças viram blusas ..... alargar calças colocando faixas de cor diferente ....”

“Não, sou péssima, zero à esquerda com qq coisa de costurar/ customizar; minhas habilidades artísticas são 0”

“Não tenho talento pra isso. Já tentei pintar blusa e tênis mas não consegui usar mais.. só estraguei”

“Sim, com tecidos de texturas, estampas e cores diferentes, bordados e sashiko.”

“Sim. Coloco umas pedrarias, pérolas etc. As vezes tiro as mangas de jaquetas.”

“As vezes um crochê ou umas miçangas e uns brilhos”

“Sim . Gosto de altera modelo, adesivar ou pintar.”

cortando ou usando dicas da internet

“As vezes, tintas, canetas, bordados”

“Muito, invertendo a lógica da peça”

“Só pra festas temáticas.”

“estampa e decalques”

### **Cria suas roupas, conhece algum processo artesanal, ou gostaria de aprender uma técnica?**

Não- 62 respostas

“Tenho vontade mas não é prioridade”

“Fiz alguns desenhos pra uma costureira amiga fazer para mim ”

“Amo/sou”

“Eu sei costurar em nível intermediário. Já fiz blusa, vestido, saia. Já até desenhei molde do zero mas n sou muito boa. Como costurar leva muito tempo começando do zero eu n faço muito. Acho que gostaria de aprender a fazer roupa em manequim, desenhar calça, colocar mangas diferentes e estamparia c vinil térmico.”

“Modelo e costuro, mas ainda muito pouco, fiz curso e comecei esse ano. Só tenho uma máquina caseira então não mexo com malha, mas tenho curiosidade. Tentei fazer crochê também, mas tive que parar pra focar em outras coisas”

“Não. Minha mãe é modelista e as vezes ela inventa uma blusa, uma calça, um casaco... mas eu não. No máximo tenho ideia de roupa pra usar no carnaval, vou no saara pra comprar o pano e falo pra minha mãe como eu quero.”

“Desenhei e fiz muitas roupas desde menina (sem nenhuma tecnica). Há algum tempo voltei a desenhar algumas coisas, mas peço para alguém fazer. Tentei aprender mas não tenho

mais muita paciência...gosto de bordar.”

“Hoje está mais difícil pela falta de costureiras , conseqüentemente os preços são exorbitantes. Mas já houve tempos atrás que tudo meu era criado por mim; roupas e biquínis.”

“Eu sei o básico de corte e costura. Eu sei montar uma roupa pra mim quando eu preciso ou tenho vontade (coisas fáceis como vestidos e blusas); mas gostaria de aprofundar”

“Ja tive mt interesse e participei de uma oficina p aprender a usar maquina de costura. A maquina quebrou na minha mao e entendi q era um sinal kk”

“Sim, já fiz algumas roupas para mim. Sei bordar, fazer crochê e tricô e um pouco de corte e costura, gostaria sim de aprender novas técnicas.”

“Não conheço. Eu gostaria de saber a técnica, mas aprender é um processo que exige tempo e dedicação, e essa não é minha prioridade no momento.”

“Gostaria de aprender a fazer umas brusinhas facinhas gosto de roupas bem basiquinhas mas q sempre custam caro kkkk”

“Conhece algumas técnicas mas não tenho paciência e nem gosto, prefiro comprar feita dentro do meu estilo”

“Já quis aprender tie die, mas hoje nao gosto mt do estilo. Talvez pra decoração”

“Já estampeí camisas com silk screen, mas não faço isso constantemente.”

“Sempre achei silkscreen interessante, mas nunca aprendi a fazer.”

“Quería costurar pra fazer minhas roupas, mas ainda não fiz curso”

“Não faço roupas, mas sei crochê e tricô. Também já fiz cordões.”

“Gostaria de saber fazer ajustes e remendos mais discretos.”

“Sim, crochê e bordado. Tenho uma máquina de colocar tachas”

“Conheço crochê, tricô é bordado”

“Tinjo”

## O que você faz com as roupas que deixaram de caber ou não te interessam mais?

“Eu troco c as minhas amigas familia ou conhecidos. Algumas peças viram pijama. As vezes arrumo p fazer sentido comigo e em último caso (se estiver em bom estado) eu doo p caridade. Apesar de a essa altura minhas roupas mais estragam pelo uso (tipo o tecido fica tão fino que desfaz).”

“Se cabe, uso em casa, senão cabe em ninguém aqui em casa ou não serve mais por algum outro motivo, tento vender (raramente) ou doar. Se está muito ruim vira pano de chão ou lixo.”

“Vejo se algum conhecido se interessa. Em geral algum quer... Se não eu vou juntando para doar.”

“Quando a roupa já não está mais em bom estado faço de flanela ou pano de chão.”

“Se não me interessa mais eu doo ou jogo fora, dependendo do estado da roupa. Algumas que não cabem mais eu costumo guardar caso emagreça depois.”

“Minha mãe cola um papel no portão de casa dizendo que ta vendendo roupa e ai as vezes aparece alguém para ver.”

“Dou para doação. Embora eu tenha interesse em descobrir formas de ganhar dinheiro vendendo essas roupas”

“Primeiro, ofereço para minha família. Se nem meu pai nem minhas irmãs quiserem, eu doo.”

“Faço doação, 1 vez por mês arrumo meu guarda roupa e faço essa separação.”

“Se estão em boas condições, minha família junta e doa”

“Dependendo do estado da roupa, eu dou pra alguém ou a jogo fora.”

“Costumo doar, e já botei em brechó uma vez”

“Vira pano de chão ou dou para o bazar”

“Há como doar. Senão rasgo e lixo”

“Dou para os necessitados”

# **ANEXO III**

## **LOJAS ANALIZADAS**



# Brechó Já Vali

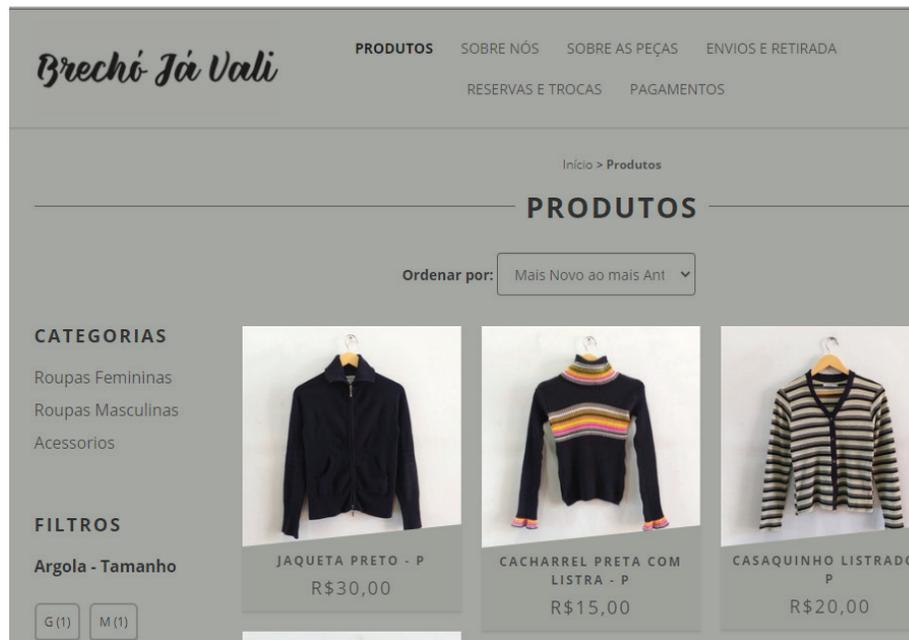
**Categoria:** Brechó Misto

**Cidade:** Pinhais

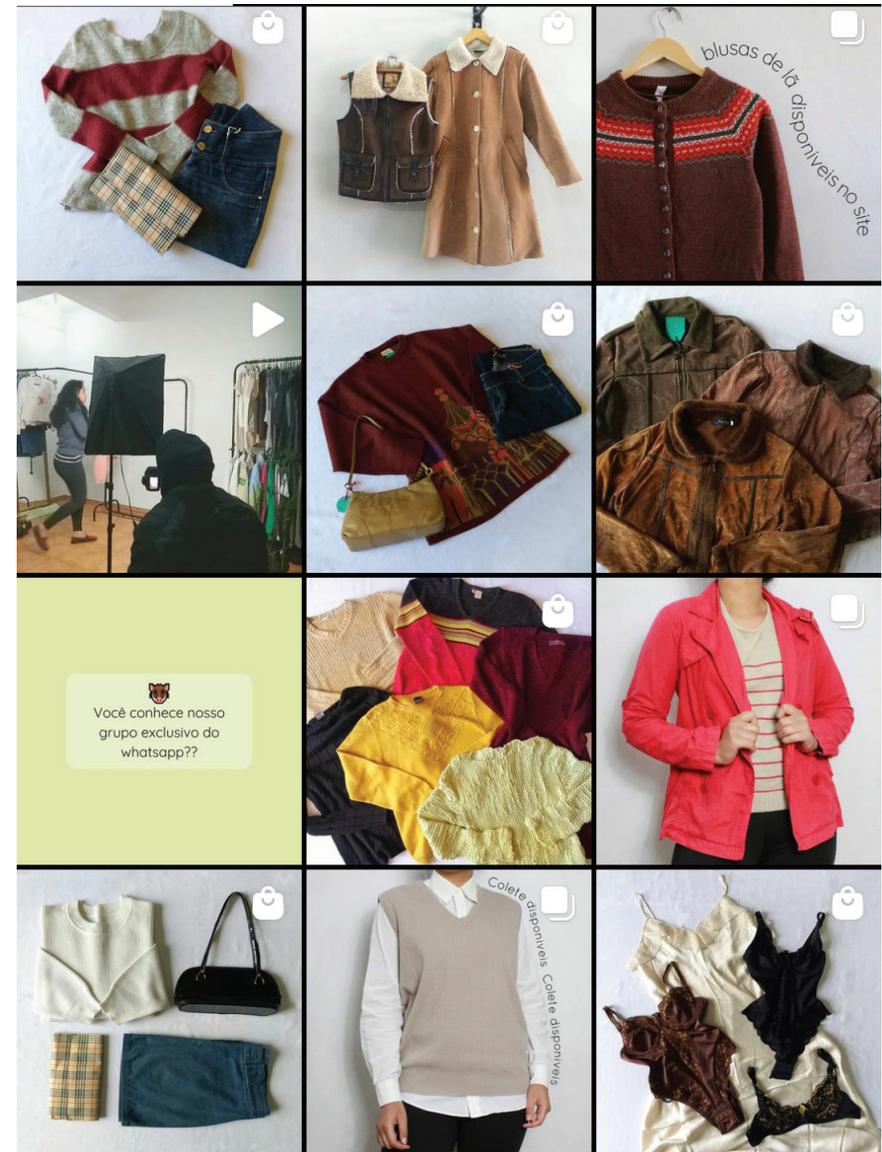
**Modelo de venda:** Loja física e online através do site.

**Instagram:** @brechojavali

**Site:** <https://www.brechojavali.com.br/>



Imagens retiradas das redes sociais e do site da loja.



# Garimpo Diário

**Categoria:** Brechó Misto

**Cidade:** Não Informado

**Modelo de venda:** Loja online

**Instagram:** @garimpodiario

**Site:** <https://www.garimpodiario.com.br/>



## Shorts e Saias

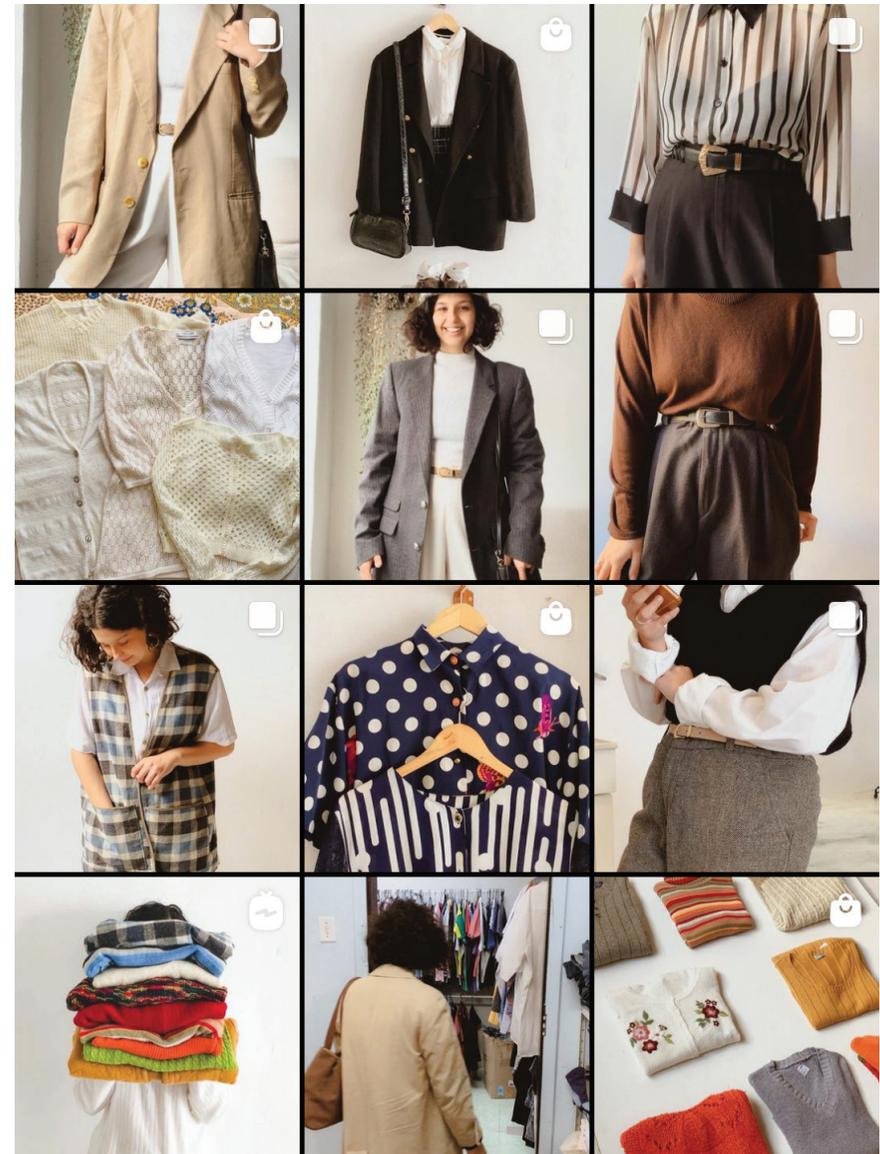


Shorts Saia Amarração  
**R\$52,00**  
12x de R\$5,22

Saia Midi Ocre  
**R\$55,00**  
12x de R\$5,52

Saia Vintage Puro Linho  
Braspérola  
**R\$48,00**  
12x de R\$4,00

Shorts Vintage Cotele  
**R\$55,00**  
12x de R\$5,52



Imagens retiradas das redes sociais e do site da loja.

## Arte 21

**Categoria:** Brechó Misto

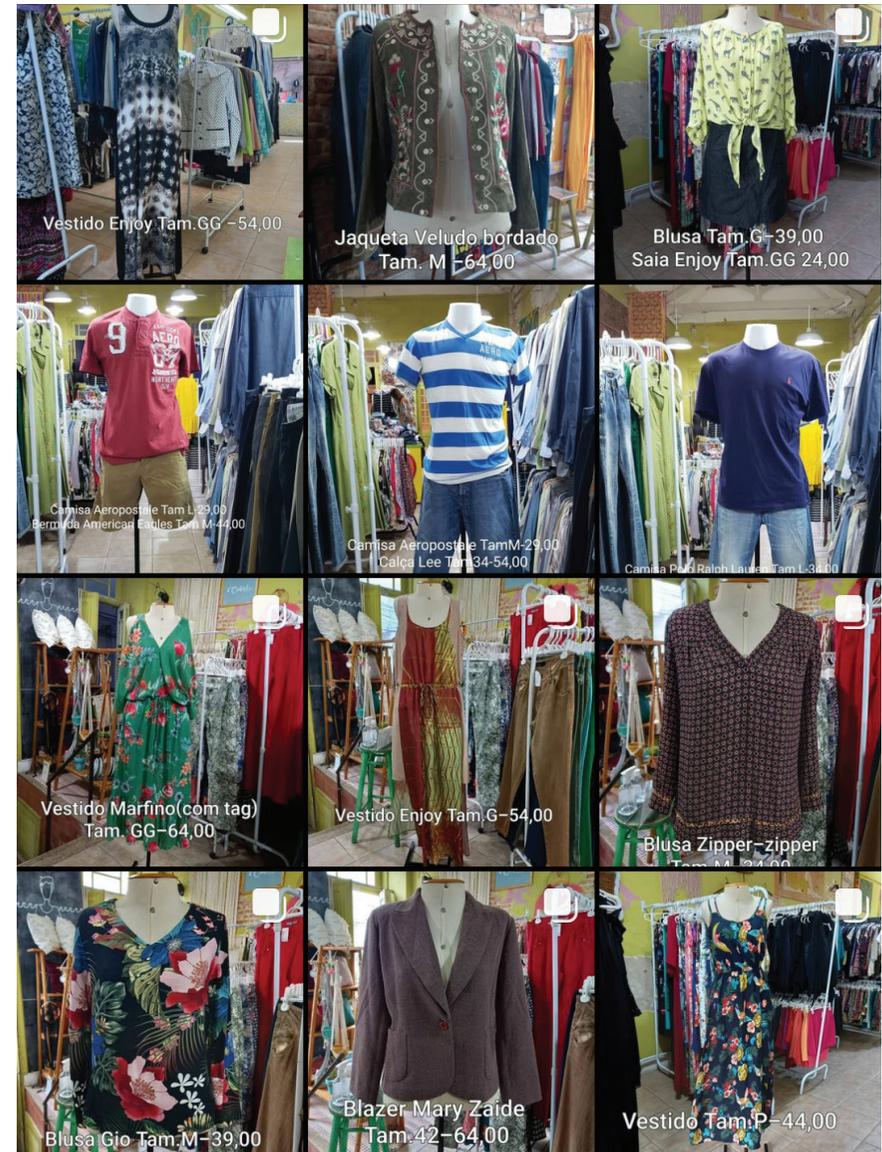
**Cidade:** Rio de Janeiro

**Modelo de venda:** Loja física e através das redes sociais.

**Instagram:** @21\_brechoarte



Foto do espaço físico retirada do blog Agenda Bafafá.  
Disponível em: < <https://bafafa.com.br/mais-coisas/compras/galpao-21-brecho-arte-e-tatuagem-com-otimos-precos-na-tijuca> >



Imagens retiradas das redes sociais da loja.

## O Cacareco

---

**Categoria:** Brechó Misto

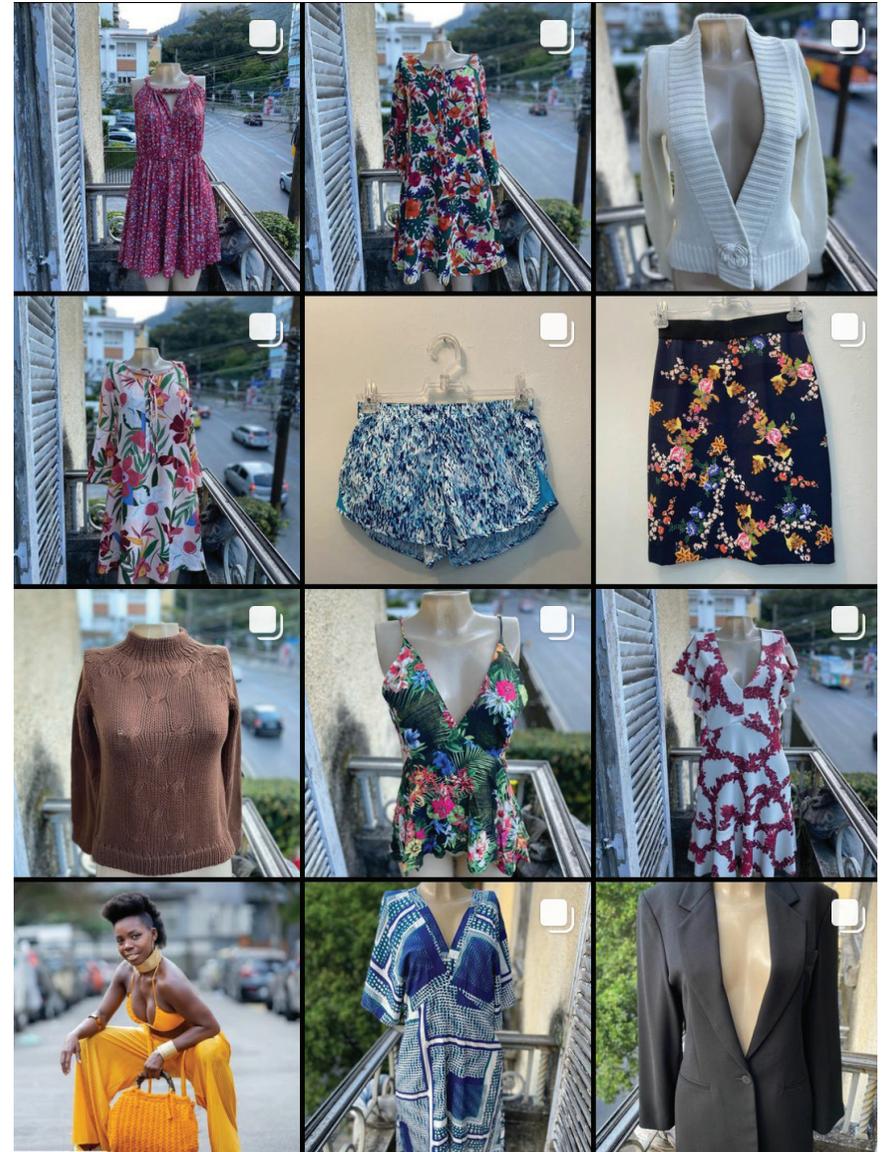
**Cidade:** Rio de Janeiro

**Modelo de venda:** Loja física e através das redes sociais.

**Instagram:** @ocacareco



Imagens retiradas das redes sociais da loja.



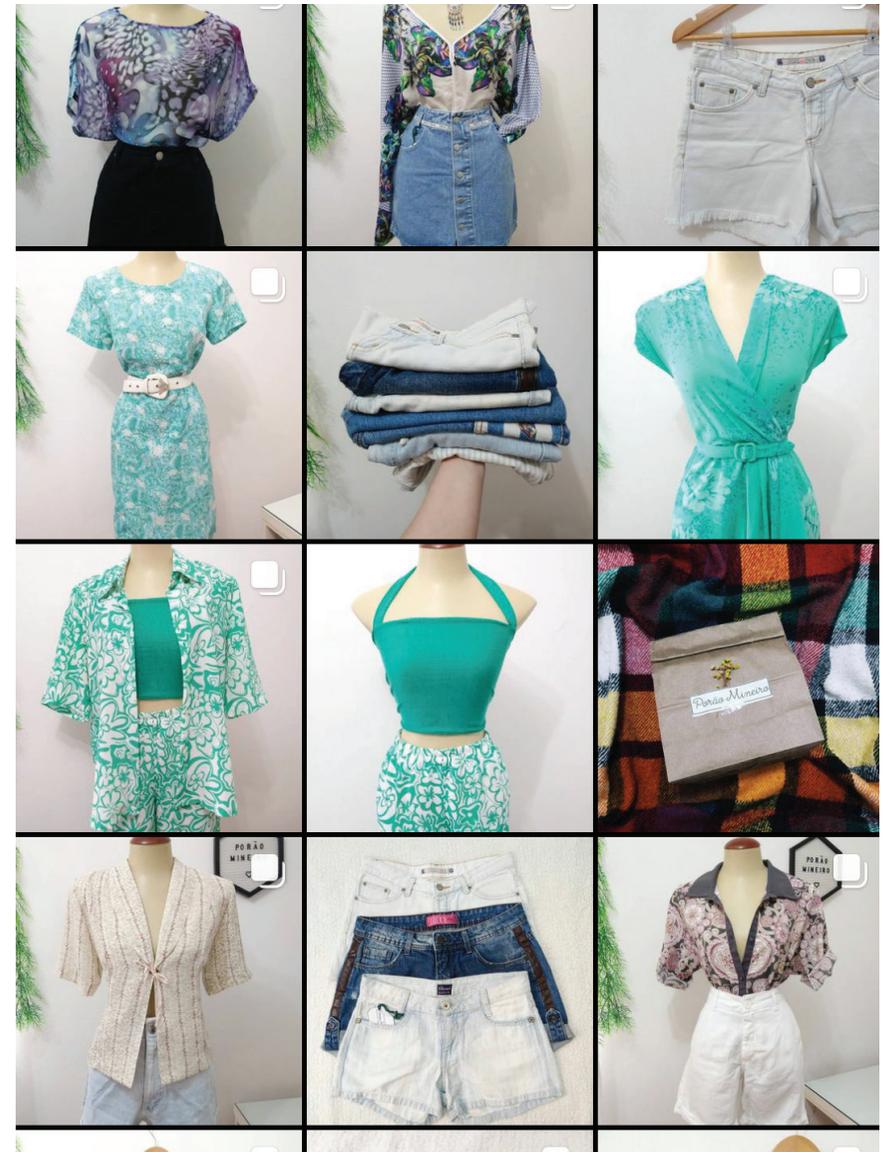
## Porão Mineiro

**Categoria:** Brechó Misto

**Cidade:** Não Informado

**Modelo de venda:** Redes sociais.

**Instagram:** @poraomineiro



Imagens retiradas das redes sociais da loja.

## Made In Brechó

---

**Categoria:** Brechó Vintage

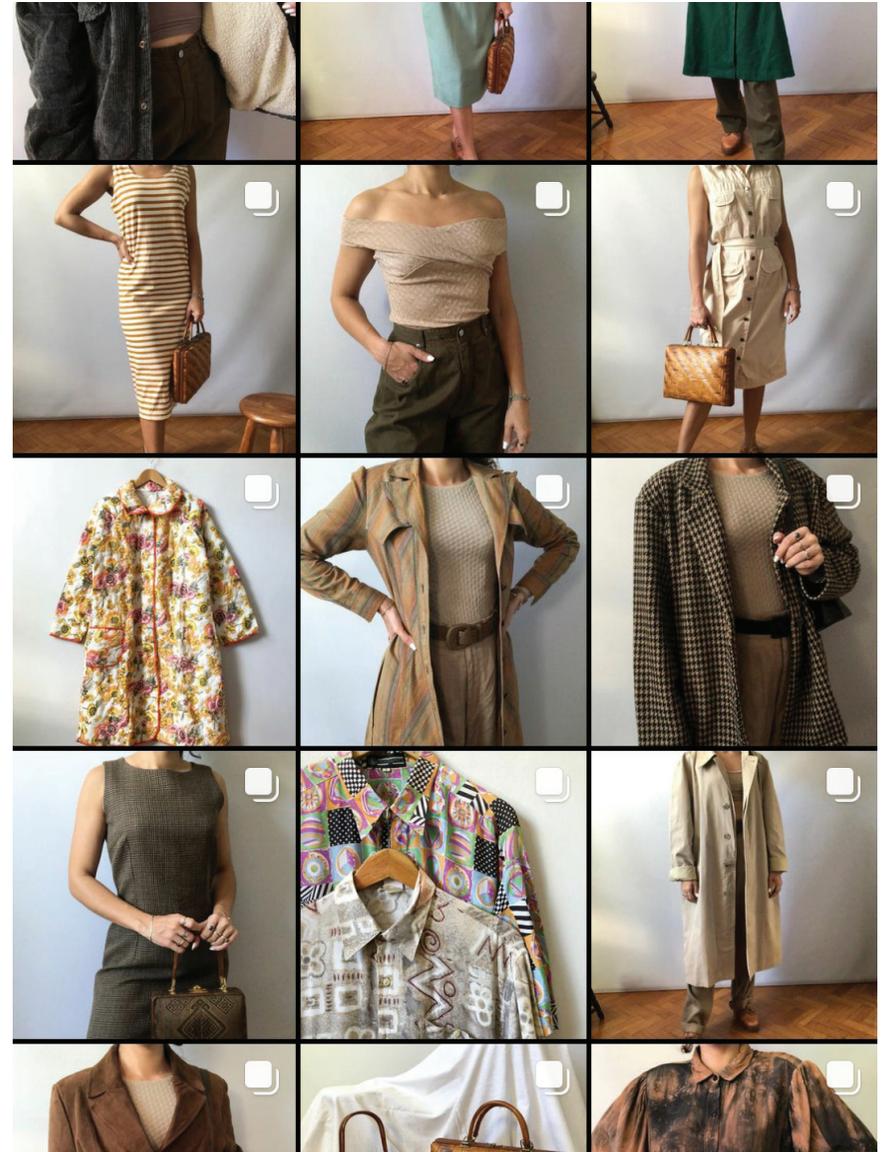
**Cidade:** Rio de Janeiro

**Modelo de venda:** Redes sociais e eventos físicos. Possui Acervo e serviço de aluguel de figurino.

**Instagram:** @made\_in\_brecho



Exemplo de produção por terceiros utilizando o acervo do brechó. Alessandra Lima e Natália Araújo.



Imagens retiradas das redes sociais da loja.

## Brexotas

**Categoria:** Brechó Vintage

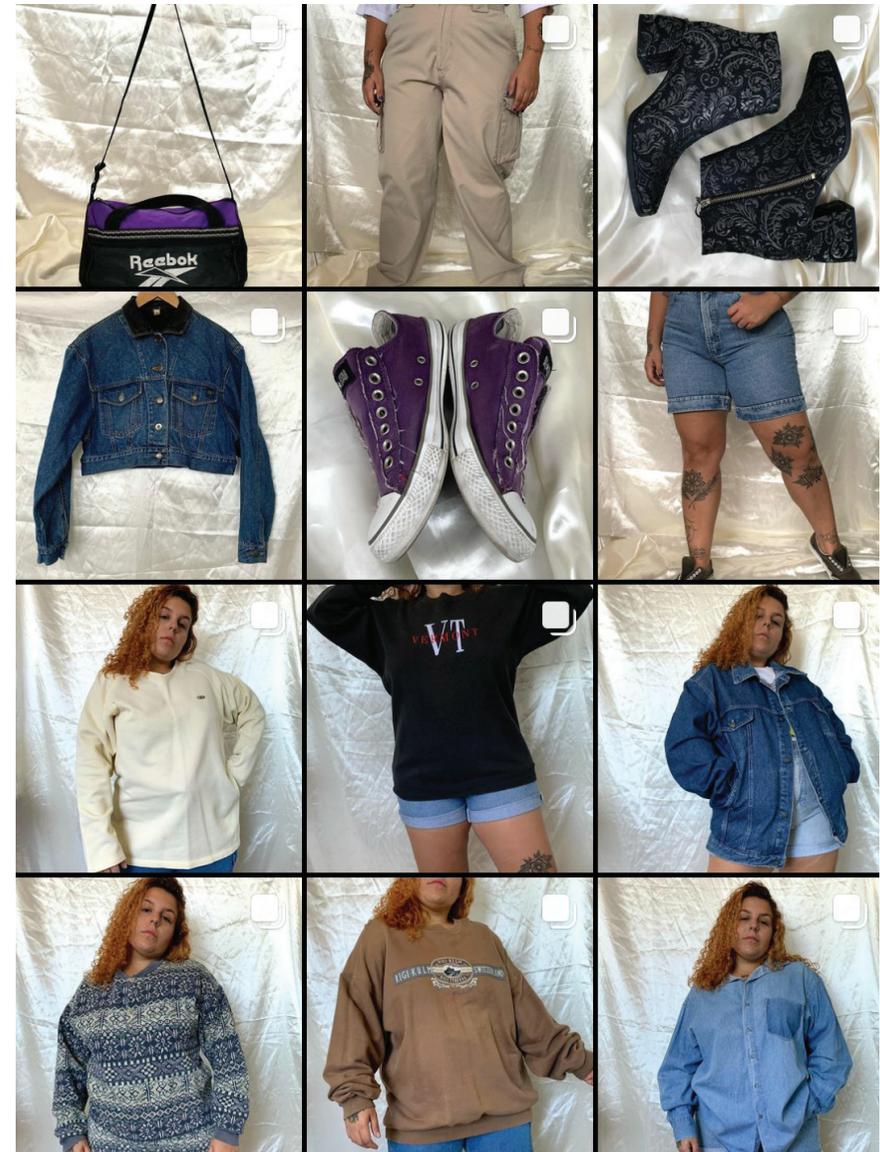
**Cidade:** Duque de Caxias

**Modelo de venda:** Redes sociais e loja física.

**Instagram:** @brexotass



Exemplo de produção por terceiros utilizando o acervo do brechó. Alessandra Lima e Natália Araújo.



Imagens retiradas das redes sociais da loja.

## Brechó Cápsula

---

**Categoria:** Brechó Vintage

**Cidade:** Niterói

**Modelo de venda:** Através de redes sociais.

**Instagram:** @capsulabrecho



Imagens retiradas das redes sociais da loja.

## Brechó Cultural Maio 68

**Categoria:** Brechó Vintage

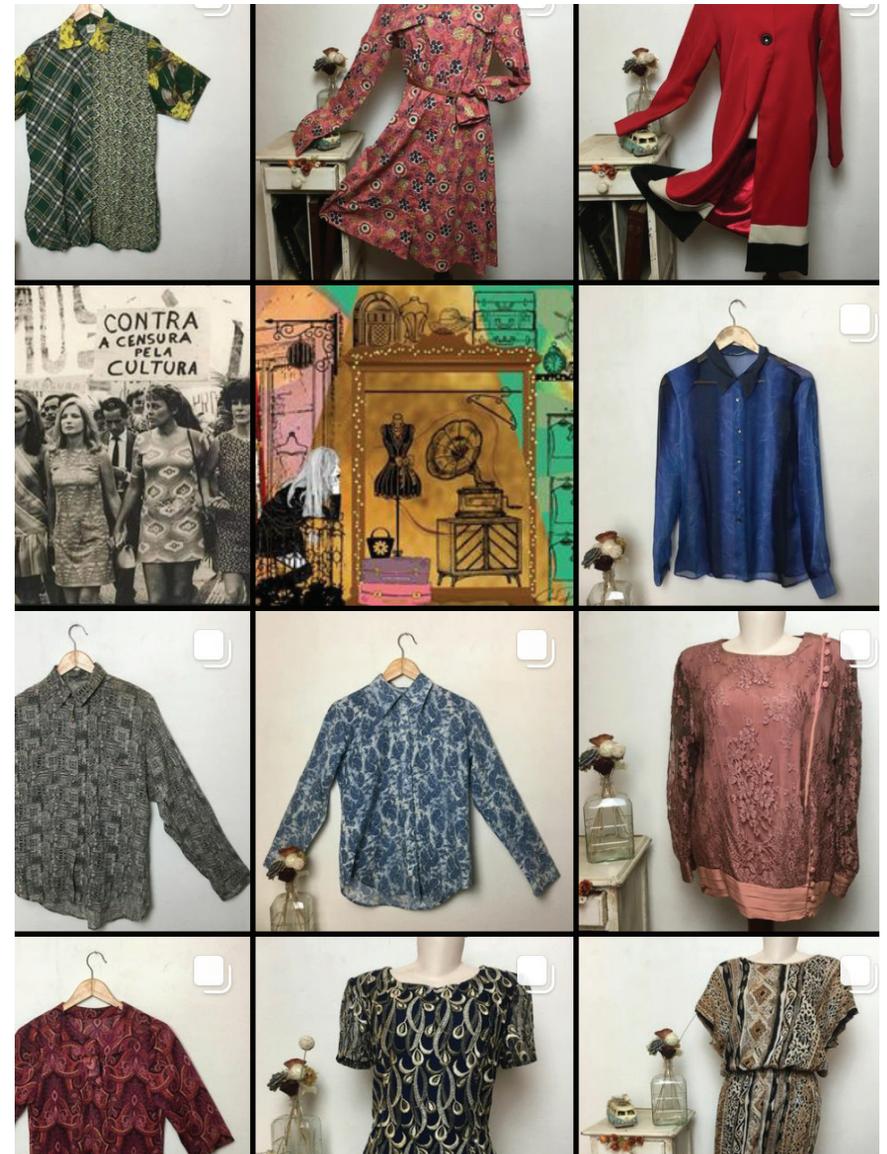
**Cidade:** Rio de Janeiro

**Modelo de venda:** Loja física e redes sociais

**Instagram:** @maio68brecho



Imagens retiradas das redes sociais da loja.



## MOFU Brechó

---

**Categoria:** Brechó Vintage

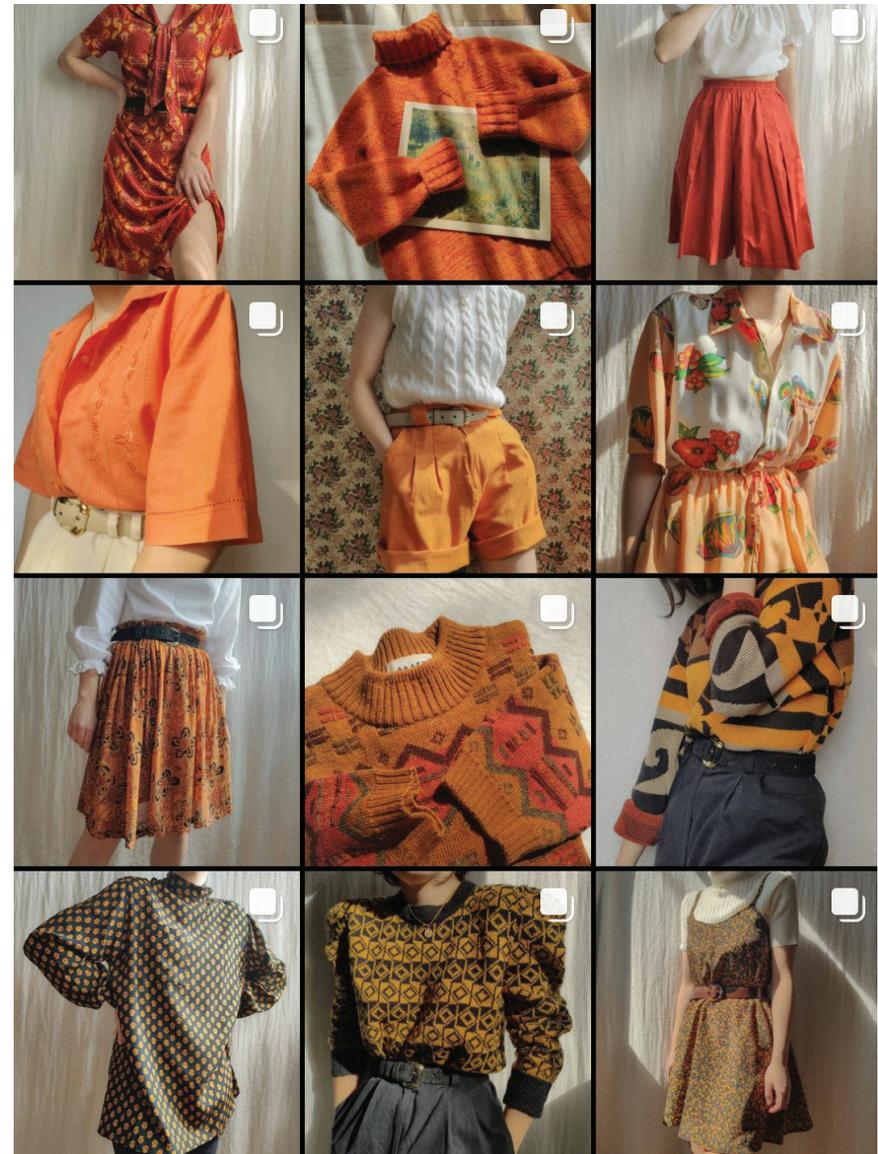
**Cidade:** Curitiba

**Modelo de venda:** Loja física e redes sociais

**Instagram:** @mofu.shop



Imagens retiradas das redes sociais da loja.



## Arara Rosa

---

**Categoria:** Brechó Vintage

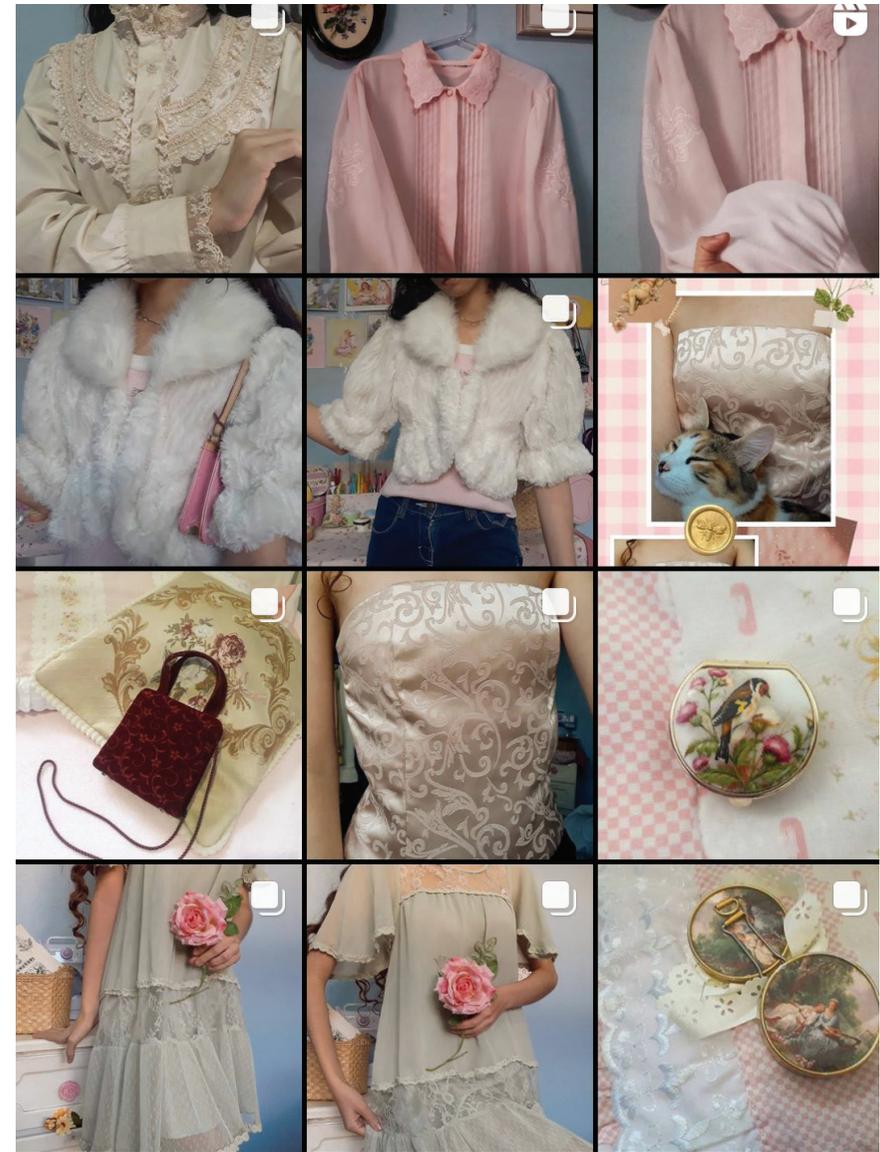
**Cidade:** São Paulo

**Modelo de venda:** Redes sociais.

**Instagram:** @arararosa\_brecho



Imagens retiradas das redes sociais da loja.



## Cave Garimpo

**Categoria:** Brechó Vintage  
**Cidade:** Belo Horizonte  
**Modelo de venda:** Redes sociais e site  
**Instagram:** @cavegarimpo  
**Site:** <https://www.cavegarimpo.com/>



Imagens retiradas das redes sociais da loja.



## Brechó Gertrudez

---

**Categoria:** Brechó Vintage

**Cidade:** Não Informado

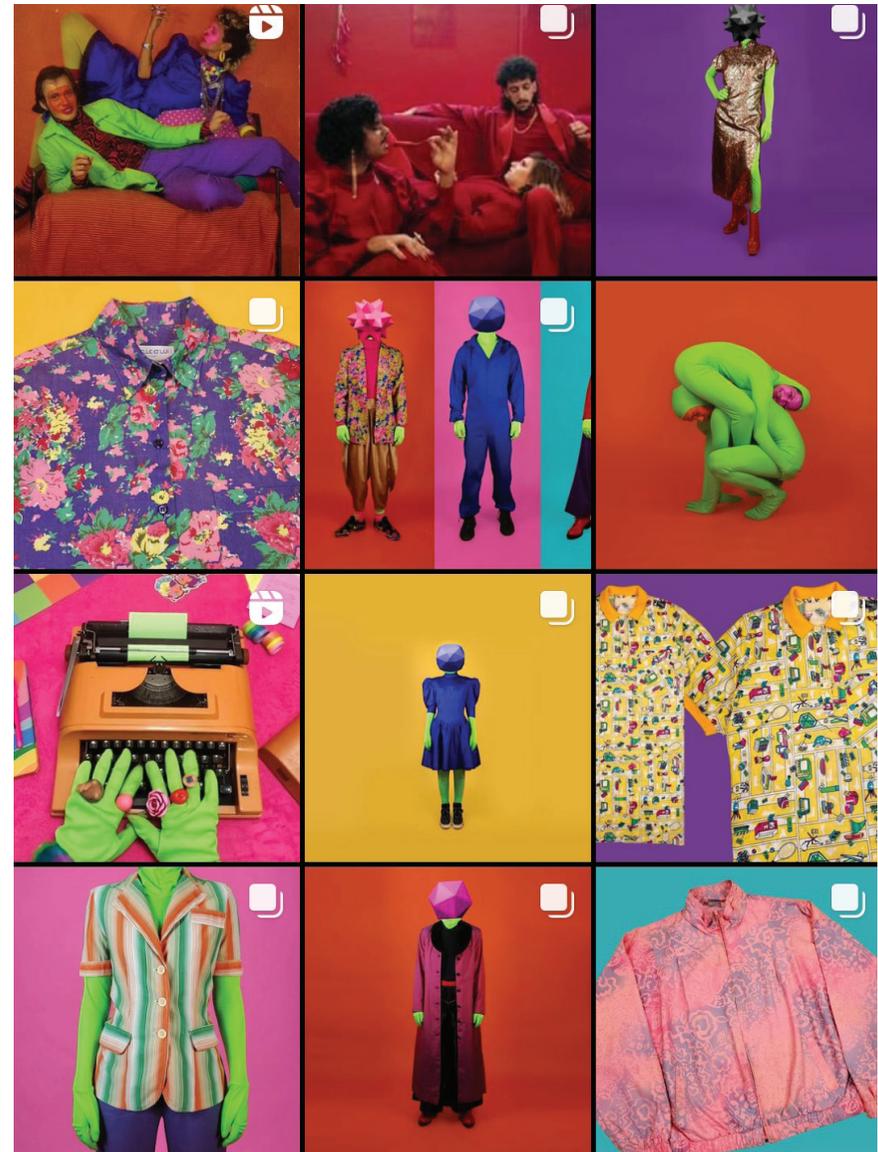
**Modelo de venda:** Redes sociais e site

**Instagram:** @brechogertrudez

**Site:** <https://www.brechogertrudez.com.br/>



Imagens retiradas das redes sociais da loja.



## Nosfera Brechó

---

**Categoria:** Brechó Vintage

**Cidade:** Não Informado

**Modelo de venda:** Redes sociais

**Instagram:** @nosferabrecho



Imagens retiradas das redes sociais da loja.



## Thais Art

**Categoria:** Brechó Ateliê

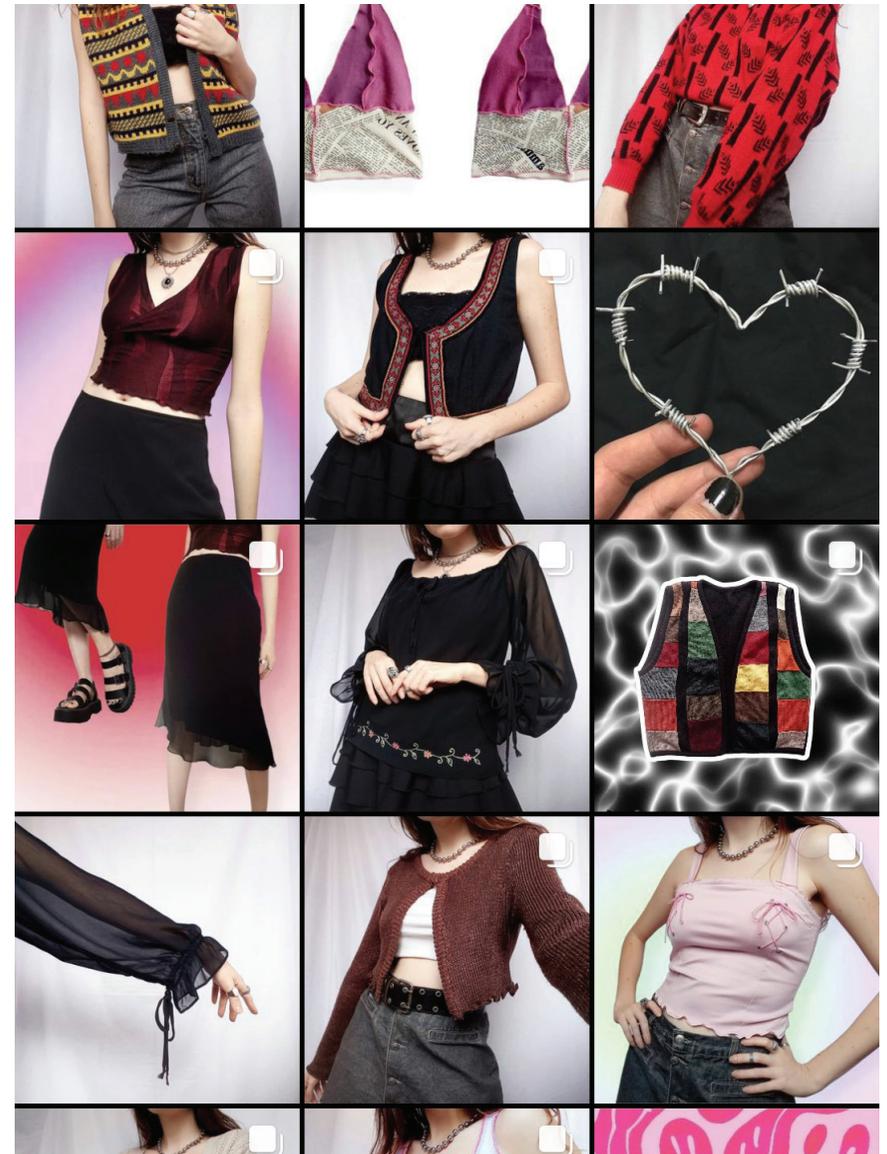
**Cidade:** São Paulo

**Modelo de venda:** Redes sociais e pela plataforma Shopee

**Instagram:** @\_thaisart\_



Peça de roupa resultado de upcycling autoral.



Imagens retiradas das redes sociais da loja.

## Alio Ateliê

**Categoria:** Brechó Ateliê

**Cidade:** Curitiba

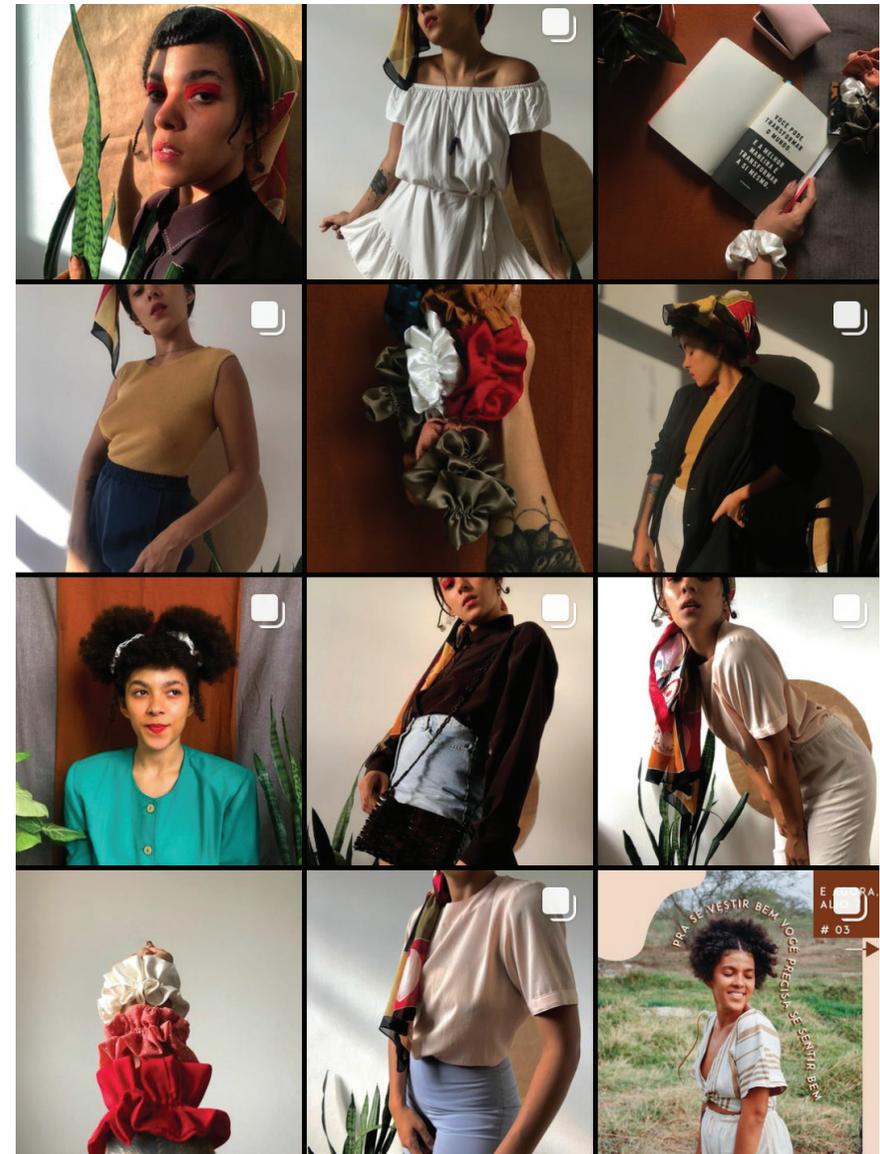
**Modelo de venda:** Pelo site

**Instagram:** @alioateliê

**Site:** <https://www.alioateliê.com/>



Peças de roupa da coleção autoral.



Peças de maioria garimpada. Imagens retiradas do perfil de Instagram da marca.

## Bendita Traça

---

**Categoria:** Brechó Ateliê

**Cidade:** Cachoeirinha

**Modelo de venda:** Pelo site

**Instagram:** @bendita.traca

**Site:** <http://www.benditatraca.com.br>



Peças autorais. Imagens retiradas do perfil do site da marca.



Peças garimpadas. Imagens retiradas do perfil do site da marca.

## Closet Care

**Categoria:** Brechó de Luxo

**Cidade:** Não Informada

**Modelo de venda:** Pelo site e na loja física

**Instagram:** @closet.care

**Site:** <https://closetcare.com.br/>



Imagens retiradas das redes sociais da loja.

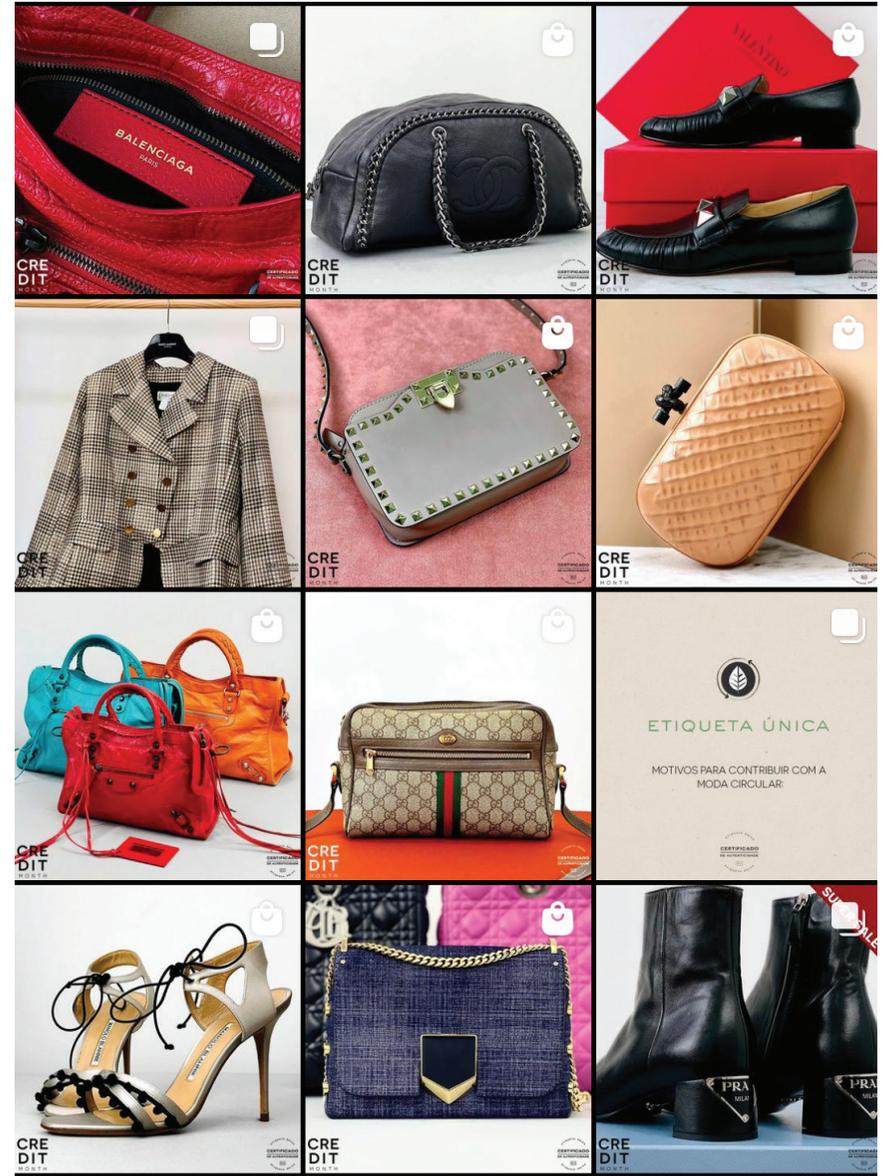


# Etiqueta Única

**Categoria:** Brechó de Luxo  
**Cidade:** Não Informada  
**Modelo de venda:** Pelo site  
**Instagram:** @etiquetaunica  
**Site:** <https://www.etiquetaunica.com.br/>



Imagens retiradas das redes sociais da loja.



## Kram Ugly Boy

---

**Categoria:** Artista Customizador

**Cidade:** Rio de Janeiro

**Modelo de venda:** Pelo site

**Instagram:** @kramuglyboy

**Site:** <https://www.kramuglyboy.com/>



Imagens retiradas das redes sociais do artista.



## Visão Cega

---

**Categoria:** Artista Customizador

**Cidade:** Duque de Caxias

**Modelo de venda:** Pelo site

**Instagram:** @visao.cega

**Site:** <https://www.visaocega.com/loja>



Imagens retiradas das redes sociais do artista.

## Fudida Silk

---

**Categoria:** Coletivo de Artistas Customizadoras

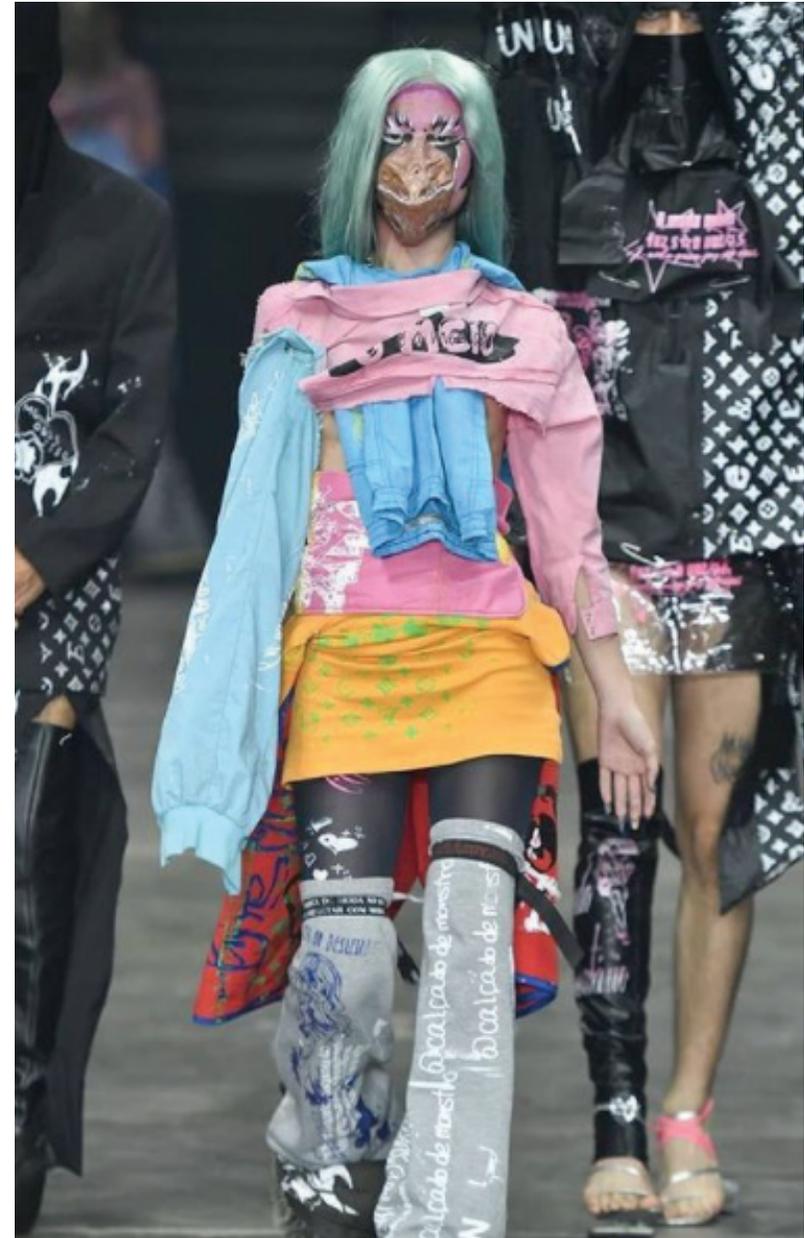
**Cidade:** Rio de Janeiro

**Modelo de venda:** Pelas redes sociais e por eventos.

**Instagram:** @fudida.silk



Imagens retiradas das redes sociais do coletivo.



## Nefasto

---

**Categoria:** Artista Customizador

**Cidade:** Rio de Janeiro

**Modelo de venda:** Pelas redes sociais

**Instagram:** @nefasto.nf



Imagens retiradas das redes sociais do artista.



## O Incerto ( João Incerti)

---

**Categoria:** Artista Customizador

**Cidade:** Rio de Janeiro

**Modelo de venda:** Pelas redes sociais, parceria com marcas

**Instagram:** @o\_incerti



Imagens retiradas das redes sociais do artista.

