

REPORTAGEM ESPECIAL



Rejane tem 20 anos de experiência no polo da avenida João Pessoa

Entre araras e telas

Mercado de segunda mão acompanha expansão global que pode atingir US\$ 367 bilhões até 2029

Carmen Carlet
Especial para o JC

Nas calçadas da avenida João Pessoa, entre vitrines e brechós que respiram história desde os anos 1990, a moda de segunda mão palpita com movimento e identidade. Foi nesse cenário que, em março de 2019, Ana Paula Ramos inaugurou o Lafayette, oferecendo uma experiência única para quem explora suas araras. Cada visita é um mergulho em décadas passadas, em busca de peças prontas para ganhar nova vida, com curadoria atenta e descobertas que fazem o cliente voltar sempre.

O Lafayette tem duas unidades — feminina e masculina — mas a filosofia é a mesma: moda não tem gênero. Blazers de alfaiataria dividem espaço com camisas modernas, calças oversized e vestidos retrô. Para Ana Paula, mais do que etiqueta, importa o ajuste perfeito e a liberdade de circular pelas araras, descobrindo combinações inesperadas. “O cliente não busca apenas preço, busca propósito, história e diferenciação”, afirma.

Seu público vai dos moradores tradicionais do bairro, que procuram peças clássicas, a jovens da Geração Z, universitários e clientes LGBTQ+, todos atentos a estilo, personalidade e qualidade. Mensalmente, mais de três mil peças passam pelas araras, com preços que vão de R\$ 5 a R\$ 450, garantindo diversidade e explorações a cada visita.

Na mesma rua que mistura tradição e reinvenção, a trajetória de Rejane Luiz reforça

como a moda circular também se sustenta na experiência de quem acompanha o setor há décadas. À frente do Brechó da Reji há cerca de 20 anos — negócio que nasceu da vivência ao lado da mãe, também proprietária de brechó — ela consolidou um público majoritariamente feminino, atento à qualidade, às tendências e ao equilíbrio entre estilo e orçamento.

Com acervo que gira em torno de 10 mil peças e alta rotatividade, aposta na venda presencial como diferencial, oferecendo orientação personalizada na escolha das roupas. “As clientes querem estilo, mas dentro da realidade financeira. Quando conseguem unir os dois, saem felizes”, resume. A loja atende consumidoras da região de Porto Alegre e também de outros estados, mantendo viva uma tradição familiar que encontrou na segunda mão um caminho de permanência e atualização.



Ana Paula aposta na curadoria das peças para fidelizar os clientes

TÂNIA MEINERZ/JC

CARMEN CARLET/ESPECIAL/JC