

REPORTAGEM ESPECIAL

Garimpo consciente revela o poder da moda circular de prolongar a vida das peças

Carmen Carlet,
Especial para o JC*

O mercado de brechós deixou de ser apenas um espaço alternativo para se tornar um reflexo das escolhas conscientes de quem vê a moda como expressão de identidade. Comprar moda circular é hoje tanto um ato de estilo quanto uma forma de prolongar a vida das roupas existentes, escolhendo valor, qualidade e singularidade. Para muitos, a experiência vai além do preço e transforma a visita à loja em um garimpo de ética, estética e personalidade, onde cada peça conta sua própria história e reforça a visão de mundo sustentável.

Patti Leivas, comunicadora e influenciadora digital, mergulha nos brechós em busca de peças que falem por si, sobretudo roupas de couro e marcas de luxo. Para ela, ir a um brechó é mais do que um passeio, é um exercício de atenção e curadoria. “Gosto de experimentar, sentir a textura, verificar se as costuras estão perfeitas e se não há manchas. Cada detalhe influencia na decisão de levar para casa”, destaca Patti, ressaltando que o consumo de moda circular é afetivo e estratégico, permitindo que o guarda-roupa seja preenchido com peças únicas, duráveis e atemporais. Ela mantém uma relação ativa com o mercado através da venda de itens que não usa por um ano. A ideia de Patti é desapegar rapidamente, garantindo



QUELI GIURIATTI / ARQUIVO PESSOAL/JC

Queli costuma visitar brechós até mesmo quando está em viagem

manutenção de valor e qualidade para nova circulação. Quando algo não atende aos critérios, doa. “É possível aproveitar melhor o que já existe sem abrir mão do estilo ou da qualidade”, conclui.

A jornalista Queli Giuriatti vê os brechós como experiências de descoberta e paciência, quase como um programa de lazer. Para ela, garimpar é uma caçada

consciente, onde qualidade, tecidos nobres e acabamentos bem cuidados pesam na escolha, mas o prazer de encontrar algo inesperado também importa. Frequentadora assídua de diversas lojas, Queli conta que faz muito tempo que não visita um shopping para comprar roupas. “Meu shopping é o brechó, até quando viajo para outras cidades e países”, afirma.



LENARA PETENUZZO/DIVULGAÇÃO/JC

Patti busca, em especial, roupas de couro e marcas de luxo

Entre suas últimas descobertas, destaca “um vestido de linho impecável, que custou menos de 90 reais”. Para ela, consumir moda circular é também um ato ético, prolongando a vida das peças e respeitando o que já existe.

Mesmo com perfis distintos, Patti e Queli representam o mesmo movimento: consumidores que tornam a moda circular relevante.

Elas mostram que o que sustenta o mercado não são apenas preços ou peças diferentes, mas atenção, consciência e conexão emocional com cada escolha. Esse olhar molda a forma como se compra, se usa e se compartilha moda hoje, preparando o terreno para a Geração Z, que chega com expectativas ainda mais conectadas à sustentabilidade, ética e personalização.

Porto Alegre, Canoas e Caxias do Sul concentram crescimento e reforçam profissionalização



GARIMPO GOLD/DIVULGAÇÃO/JC

Flávia investe na identidade da loja como diferencial competitivo

Caxias do Sul e Canoas mostram que a moda circular passou a ocupar espaço consistente no varejo regional. Em Canoas, mais de 15 brechós transitam entre o popular e o luxo, refletindo mudança concreta no comportamento de consumo e na dinâmica do comércio local. Para a Câmara de Indústria, Comércio e Serviços de Canoas, o crescimento acompanha a consolidação do slow fashion e do consumo mais consciente. A entidade que já internalizou a tendência, incluiu a categoria Brechó na 23ª edição do Marcas & Líderes, reconhecimento que sinaliza maturidade do setor e relevância econômica no município.

Esse avanço se traduz também em expansão. A Divina Troca, criada em 2014 e apontada como a mais lembrada no levantamento, por exemplo, começou como bre-

chó infantil e ampliou o modelo. Hoje opera quatro lojas físicas — em Canoas, Porto Alegre, Novo Hamburgo e Xangri-Lá — com acervo superior a 10 mil peças em circulação. “O momento é desafiador para o comércio em geral, mas o segmento tem crescido de forma consistente”, afirma Alice Pilla, gerente de marketing. A operação é exclusivamente presencial, estratégia ligada à logística de peças únicas e à alta rotatividade.

Em Caxias do Sul, o movimento provoca reflexão no varejo tradicional. Para a Câmara de Indústria, Comércio e Serviços de Caxias do Sul trata-se de uma inflexão clara no mercado. A entidade avalia que parte dos consumidores passou a dividir suas compras entre modelos distintos de negócio, pressionando o comércio convencional a se rein-

ventar diante do e-commerce e da concorrência internacional.

É nesse cenário que a Garimpo Gold se consolida. Fundada em 2018 por Flávia Martini Santini, a loja aposta em curadoria e identidade como diferenciais. Alfaiataria, bolsas de alto padrão e peças com memória compõem um acervo que prioriza seleção criteriosa. “O cliente busca história e significado”, resume a fundadora. O que se vê nas duas cidades não é apenas crescimento de um segmento, mas reorganização de prioridades. Preço segue relevante, mas não isolado. Curadoria, propósito e circularidade passam a integrar a equação do consumo. No Interior, o brechó deixa de ser alternativa e assume posição de protagonista em um varejo que aprende, gradualmente, a operar com novos valores.