

O ATO DE VESTIR, LINGUAGEM ESTÉTICA E ATIVISMO: A ROUPA COMO ELEMENTO MEDIADOR DE VIOLÊNCIA SIMBÓLICA E O BRECHÓ COM FERRAMENTA CONTRA-HEGEMÔNICA¹

Gil Kelem Reis Santiago Alcântara²

RESUMO

Este trabalho analisa a roupa como linguagem e como mecanismo de produção de identidade, considerando sua relação com as desigualdades sociais e com as formas de resistência simbólica. Parte-se da compreensão de que o vestir ultrapassa sua dimensão funcional, configurando-se como um sistema de significação que articula pertencimento, distinção e poder. A partir de revisão bibliográfica, o estudo mobiliza autores da sociologia, da antropologia e dos estudos culturais para discutir a construção histórica da moda, sua associação a padrões eurocêtricos e sua atuação na reprodução de hierarquias sociais, especialmente no que se refere às relações de classe, raça e gênero. Além disso, investiga-se a dimensão política da estética, compreendendo o vestir como espaço de disputa simbólica e de afirmação identitária. Nesse contexto, o brechó é analisado como prática contra-hegemônica, que tensiona a lógica do consumo tradicional e possibilita a reconfiguração dos significados atribuídos à roupa. Conclui-se que, ao mesmo tempo em que reproduz desigualdades, o vestir também pode se constituir como instrumento de resistência e protagonismo social.

Palavras-chave: moda; vestuário - comércio; identidade social; bazares.

ABSTRACT

This study analyzes clothing as a form of language and as a mechanism for identity construction, considering its relationship with social inequalities and forms of symbolic resistance. It is based on the understanding that dressing goes beyond its functional dimension, constituting a system of signification that articulates belonging, distinction, and power. Through a bibliographic review, the research draws on authors from sociology, anthropology, and cultural studies to discuss the historical construction of fashion, its association with Eurocentric standards, and its role in reproducing social hierarchies, particularly regarding class, race, and gender. Furthermore, the political dimension of aesthetics is examined, understanding dressing as a space of symbolic dispute and identity affirmation. In this context, second-hand clothing (thrift stores) is analyzed as a counter-hegemonic practice that challenges traditional consumption patterns and enables the reconfiguration of meanings attributed to clothing. The study concludes that, while clothing reproduces inequalities, it can also function as a tool for resistance and social protagonism.

Keywords: fashion; clothing trade; social identity; bazaars.

¹ Trabalho de conclusão de curso, apresentado ao curso de Licenciatura em Ciências Sociais da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), Campus dos Malês, sob a orientação do Prof. Dr. Marcio André de Oliveira Santos.

² Graduanda no curso de Licenciatura em Ciências Sociais da UNILAB.

1 INTRODUÇÃO

A roupa, enquanto elemento presente em diferentes momentos da experiência humana, ultrapassa sua função utilitária e se insere no campo das construções simbólicas e sociais. Ao longo da história, o ato de vestir-se esteve diretamente relacionado às formas de organização das sociedades, revelando não apenas aspectos culturais, mas também relações de poder, pertencimento e desigualdade. Nesse sentido, compreender a vestimenta como linguagem implica reconhecê-la como um sistema de signos que comunica posições sociais, identidades e modos de existência, operando como um mediador entre o sujeito e o mundo social.

No contexto da modernidade, a consolidação da moda como fenômeno social intensificou a dimensão simbólica do vestir, associando-o a dinâmicas de consumo, distinção e hierarquização social. Ao mesmo tempo em que amplia possibilidades de expressão individual, a moda também reproduz estruturas de dominação, especialmente ao universalizar padrões estéticos construídos a partir das classes dominantes e de referências eurocêtricas. Dessa forma, o vestir não se constitui como prática neutra, mas como um campo atravessado por disputas simbólicas, no qual se produzem e se reproduzem desigualdades sociais e culturais.

A partir dessa problemática, este trabalho tem como objetivo analisar a roupa como linguagem visual e como mecanismo de produção de identidade, considerando sua relação com a violência simbólica e com as desigualdades sociais. Busca-se, ainda, compreender de que maneira práticas associadas ao vestir podem operar tanto na reprodução dessas estruturas quanto na sua contestação. Nesse sentido, o brechó é investigado como uma prática que tensiona a lógica hegemônica da moda, ao possibilitar novas formas de acesso, expressão estética e ressignificação do consumo, configurando-se como um espaço de disputa simbólica e de construção de protagonismo.

Metodologicamente, a pesquisa se fundamenta em revisão bibliográfica, mobilizando autores da sociologia, da antropologia e dos estudos culturais, com o objetivo de articular as dimensões históricas, simbólicas e sociais da vestimenta. A abordagem teórica dialoga com conceitos como linguagem, identidade, consumo, distinção social e colonialidade, permitindo uma análise crítica das relações entre moda, poder e desigualdade.

O trabalho está organizado em três tópicos. No primeiro, discute-se a relação entre roupa, classe e desigualdade simbólica, abordando a construção histórica da moda e sua articulação com as estruturas de poder, distinção social e hierarquização cultural. No segundo tópico, analisa-se a roupa como linguagem visual e como forma de resistência estética, enfatizando sua dimensão simbólica, sua capacidade de expressar identidades e seu papel nas disputas por representatividade. Por fim, no terceiro tópico, investiga-se o brechó como prática contra-hegemônica, compreendendo-o como um espaço de reconfiguração simbólica do vestir, no qual se articulam consumo, identidade e estratégias de enfrentamento às desigualdades sociais.

Dessa forma, ao analisar a roupa como linguagem e o brechó como prática social, este trabalho propõe não apenas compreender as estruturas que organizam o campo da moda, mas também evidenciar as possibilidades de agência e resistência que emergem no cotidiano. Em um cenário marcado por profundas desigualdades, refletir sobre o vestir implica, também, refletir sobre os modos de existir, de se afirmar e de disputar espaços em uma sociedade estruturada por relações de poder.

2 ROUPA, CLASSE E DESIGUALDADE SIMBÓLICA

O ato de vestir, de adornar o corpo com tecidos, tintas ou acessórios, evidencia um diálogo constante entre o ser humano e o contexto espacial no qual está inserido, constituindo um código visual complexo que expressa o vínculo entre o indivíduo e uma teia de relações e significados que fundamentam e dão sentido à sua existência (Nacif, 2007). Longe de ser apenas um elemento utilitário ou um objeto de imitação e consumo, a roupa se apresenta como uma expressão da vida e, ao mesmo tempo, como uma forma de comunicação que revela aspectos sociais, culturais e simbólicos do corpo que a veste.

A compreensão da moda enquanto expressão da vida social pode ser aprofundada a partir de uma perspectiva cultural. Nesse sentido, Cidreira (2010, p. 228) afirma que a aparência corporal “aparece não apenas como um subproduto da vida social [...], mas sim como aventura de inscrição e constituição pessoal”. Tal perspectiva evidencia que a moda não deve ser compreendida apenas como reflexo

das estruturas sociais, mas como um espaço de produção de sentidos, no qual os sujeitos constroem e expressam suas experiências.

A vestimenta constitui um elemento fundamental no processo de desenvolvimento da humanidade, apresentando significados diversos desde os tempos mais remotos, quando seu uso estava associado à necessidade de proteção frente às condições ambientais, até os períodos modernos, nos quais passa a adquirir valores simbólicos e sociais mais evidentes (Barthes, 2009). Ao longo desse processo, a roupa deixa de ser apenas uma necessidade material e passa a atuar como um marcador de diferenciação social.

A moda, enquanto fenômeno social, consolida-se no Ocidente (Lipovetsky, 2009) em um contexto favorável aos recursos materiais e culturais que sustentaram sua expansão, tendo suas bases estruturadas na modernidade. Nesse processo, a organização do vestir passa a ser orientada por padrões que se difundem globalmente, impulsionados pelo poder econômico, político e simbólico conferido à Europa (Michetti, 2012).

A consolidação da Europa como centro produtor de referências estéticas e culturais não pode ser compreendida como um processo neutro, mas como resultado de relações históricas de poder. Nesse sentido, Quijano (2005, p. 3) afirma que a ideia de raça se converteu em um critério fundamental para a organização da população mundial em posições hierarquizadas. Tal perspectiva evidencia que os padrões estéticos que se difundem globalmente estão ancorados em estruturas de dominação que classificam e organizam os sujeitos de forma desigual.

A ascensão da França como referência estética e cultural insere-se nesse processo mais amplo de construção da modernidade ocidental. Como destaca Mignolo (2017, p. 2), não há modernidade sem colonialidade, o que indica que os avanços associados ao Ocidente estão intrinsecamente ligados a processos de imposição cultural. Dessa forma, a consolidação de padrões de moda europeus não apenas reflete uma evolução estética, mas também expressa a universalização de um modelo cultural construído a partir de relações desiguais de poder.

Nesse contexto, é importante reconhecer que a difusão dos padrões estéticos europeus não ocorreu de forma passiva nos territórios atravessados pela colonização. Em diferentes contextos africanos, por exemplo, observa-se a emergência de práticas que reconfiguram os códigos do vestir a partir de apropriações criativas. Um caso emblemático é o movimento dos *Sapeurs*, vinculado à *Société des Ambianceurs et*

des Personnes Éléantes, no Congo. Conforme discutem autores como Gondola (1999) e Friedman (1994), os integrantes desse movimento se apropriam de elementos da moda europeia especialmente da alfaiataria e do vestuário formal e os reinterpreta a partir de uma lógica própria, marcada pela performatividade, pela valorização da elegância e pela construção de identidade social.

Nesse sentido, o vestir, no contexto dos *Sapeurs*, não se configura como simples imitação dos modelos europeus, mas como uma prática de ressignificação simbólica, na qual códigos associados ao poder colonial são apropriados e rearticulados em novos sistemas de significado. Essa dinâmica evidencia que, mesmo diante da imposição de padrões estéticos hegemônicos, o vestir também pode se constituir como espaço de agência, no qual sujeitos produzem novas formas de pertencimento e reconhecimento social.

A difusão dos padrões estéticos europeus também estruturou a formação do vestir no Brasil. Conforme discute Schwarcz (1993), o projeto de modernização das elites brasileiras esteve profundamente vinculado à adoção de referências europeias, inclusive no campo das práticas culturais e da aparência. Nesse processo, modos de vestir associados à elegância e ao “bom gosto” passaram a ser definidos a partir de parâmetros externos, contribuindo para a desvalorização de expressões locais e populares. Assim, o campo do vestuário brasileiro se organiza historicamente sob forte influência eurocêntrica, ainda que atravessado por dinâmicas sociais próprias.

Nesse contexto, a roupa desempenhou um papel central na organização das relações sociais. Ao longo da história, o vestuário foi utilizado como instrumento de distinção, funcionando como marcador visível das posições ocupadas pelos indivíduos na estrutura social. Entre os séculos XIII e XVII, por exemplo, as chamadas leis suntuárias, vigentes em países como França, Itália e Espanha, regulavam o uso de determinados materiais e vestimentas de acordo com a classe social, estabelecendo limites claros entre os diferentes grupos (Lipovetsky, 2009).

Essas normas evidenciam que o vestir não se configurava apenas como escolha individual, mas como prática regulada por dispositivos de poder. A roupa, nesse sentido, atuava como um código social que delimitava pertencimentos e reforçava hierarquias. Ainda que tais regras fossem frequentemente burladas, especialmente por grupos em ascensão, sua existência demonstra a centralidade da vestimenta na manutenção das estruturas sociais.

A relação entre moda e classe pode ser compreendida a partir das contribuições de Pierre Bourdieu. Para o autor, o gosto não se constitui como uma escolha individual livre, mas como produto de processos sociais e educativos que refletem a posição ocupada pelos sujeitos na estrutura social (Bourdieu, 2007). Nesse sentido, as preferências estéticas funcionam como marcadores de distinção, contribuindo para a reprodução das desigualdades.

Assim, o gosto dominante tende a ser aquele associado às classes mais privilegiadas, cujos padrões estéticos passam a ser reconhecidos como legítimos. Esse processo não apenas estabelece critérios de valorização simbólica, mas também produz mecanismos de exclusão, uma vez que limita o acesso de determinados grupos aos códigos estéticos socialmente valorizados. Trata-se, portanto, de uma forma de violência simbólica, na qual as próprias estruturas sociais são internalizadas pelos sujeitos.

O enfraquecimento das barreiras materiais ao acesso à roupa, intensificado a partir da Revolução Industrial, não significou a superação dessas desigualdades. Com o avanço da produção mecanizada, o vestuário tornou-se mais acessível, ampliando as possibilidades de consumo. No entanto, como destaca Crane (2006), a dinâmica da moda passou a se organizar em torno de um movimento contínuo de diferenciação, no qual as classes dominantes buscam constantemente se distinguir das demais por meio da adoção de novos estilos.

De acordo com a socióloga Diana Crane, em sua obra *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade*, a roupa historicamente não se configurou como um bem de fácil acesso para as classes populares nas sociedades ocidentais, sendo frequentemente tratada como um item de valor. Segundo a autora, trabalhadores utilizavam roupas reaproveitadas, que circulavam entre diferentes indivíduos e eram destinadas a um uso prolongado ao longo da vida. Em contextos como o da Inglaterra, famílias menos favorecidas organizaram associações com o objetivo de acumular recursos para a aquisição de vestuário.

Na contemporaneidade, a mobilidade social e a expansão dos contatos entre indivíduos de classes e culturas diferentes, propiciou a construção de uma autoimagem que reconhece e fortalece novos caminhos para a formação de identidade e apresentação estética. Diana Crane aborda o ponto da seguinte forma:

A variedade de opções de estilos de vida disponíveis na sociedade contemporânea liberta o indivíduo da tradição e lhe permite fazer escolhas que criem uma auto-identidade significativa. A construção e a apresentação do eu tornam-se preocupações importantes na medida em que uma pessoa reavalia continuamente a importância de eventos e compromissos passados e presentes. O indivíduo constrói um senso de identidade pessoal ao criar “Narrativas Próprias” que contenham sua compreensão do próprio passado, presente e futuro (Crane, 2006, p. 37).

Esse processo evidencia que, mesmo com a ampliação do acesso, a roupa continua a operar como marcador de distinção social. A lógica da moda se estrutura, portanto, em um movimento permanente de aproximação e afastamento entre os grupos sociais, no qual o desejo de pertencimento convive com a necessidade de diferenciação.

A difusão global dos padrões estéticos europeus também impactou a organização do vestir em outros contextos, como o brasileiro. Nesse processo, valores associados ao gosto, à elegância e à legitimidade estética foram historicamente construídos a partir de referências eurocêntricas, contribuindo para a desvalorização de outras formas de expressão cultural. Assim, o campo do vestuário no Brasil também se organiza a partir dessas hierarquias simbólicas, ainda que atravessado por dinâmicas locais específicas.

Dessa forma, os processos históricos que estruturaram o vestir no contexto europeu não permanecem restritos ao passado, mas se atualizam nas dinâmicas contemporâneas da moda. A associação entre gosto e posição social, bem como a hierarquização simbólica das formas de vestir, continuam a operar, ainda que sob novas configurações. Nesse sentido, compreender a roupa exige reconhecer seu papel na produção e na manutenção das desigualdades sociais, evidenciando que o vestir se configura como um campo de disputa simbólica.

Entretanto, a democratização do vestir ao longo dos últimos séculos ocorreu em paralelo à cristalização da cultura europeia no imaginário coletivo. Dessa forma, mesmo que a construção de uma narrativa estética própria se apresenta como possibilidade, a universalização dos moldes europeus no campo do vestir se configura como um dado estruturante.

3 A ROUPA COMO LINGUAGEM E RESISTÊNCIA ESTÉTICA

Em toda situação em que um corpo se apresenta vestido e até mesmo na ausência da vestimenta estabelece-se um fluxo contínuo de produção de sentido. A roupa, nesse contexto, não pode ser compreendida apenas como um elemento funcional, mas como um dispositivo simbólico que participa ativamente da construção da realidade social, organizando percepções, classificações e formas de pertencimento.

Como aponta Nacif (2007, p. 1), o vestuário constitui uma interface entre o indivíduo e o meio social, sendo indissociável de suas dimensões simbólicas e culturais. Dessa forma, vestir-se implica inserir-se em um sistema de significação que ultrapassa o corpo e se projeta nas relações sociais, evidenciando que a aparência não é um dado natural, mas uma construção social.

A compreensão da roupa como linguagem pode ser aprofundada a partir das contribuições de Roland Barthes (2009), para quem o vestuário se organiza como um sistema de significação estruturado. Nesse sistema, cada elemento forma, cor, textura e uso atua como signo socialmente interpretável, compondo uma gramática visual que permite a leitura social dos corpos (Barthes, 2009). Assim, vestir-se não consiste apenas em uma prática cotidiana, mas em um processo de produção de sentido, no qual o sujeito constrói uma narrativa de si por meio de códigos culturalmente compartilhados.

A compreensão da roupa como linguagem não pode ser dissociada das relações de poder que estruturam os processos de significação. Conforme argumenta Bourdieu (2007), os sistemas simbólicos não são neutros, mas organizados a partir de hierarquias sociais que definem quais práticas culturais são legitimadas. Nesse sentido, a construção de uma identidade estética não ocorre em um campo livre de disputas, mas em um espaço marcado por desigualdades, no qual determinados grupos são historicamente privados do reconhecimento simbólico.

Essa perspectiva é reforçada por Petter (1992, p. 116), ao demonstrar que a função utilitária do traje tende a ser neutralizada diante de seu uso social, transformando-se em um signo cujo significado é produzido no interior da cultura. Nesse sentido, a roupa deixa de ser apenas um objeto e passa a operar como linguagem, articulando comunicação, identidade e pertencimento.

Dessa forma, o vestir pode ser compreendido como um mecanismo de organização social. Como observa Debom (2016, p. 24), a indumentária constitui um campo de intersecção entre dimensões políticas, econômicas e culturais, revelando que o vestuário não apenas comunica, mas estrutura relações sociais. Assim, a roupa atua como um marcador simbólico que delimita posições e produz hierarquias.

A construção da identidade, nesse contexto, não ocorre apenas no plano discursivo, mas também no campo visual. A escolha das roupas, dos estilos e das combinações estéticas configura-se como uma narrativa construída pelo sujeito, que organiza signos para comunicar pertencimento, posicionamento e formas de existência no mundo social. Como argumenta Hall (2006), as identidades na contemporaneidade se tornam cada vez mais fragmentadas e instáveis, sendo constantemente reconstruídas a partir de múltiplas referências culturais. Essa dinâmica é intensificada na modernidade contemporânea, marcada pela fluidez e pela centralidade do consumo. Como aponta Bauman (2001), o sujeito passa a construir sua identidade em diálogo com imagens e modelos socialmente difundidos, orientando suas escolhas pelo desejo de reconhecimento e pertencimento. Nesse cenário, o vestir assume papel central na produção da imagem de si.

Essa produção, no entanto, não se dá em condições de igualdade. Como aponta Crane (2006, p. 21), o vestuário desempenha um papel central na construção social da identidade, funcionando como uma das formas mais visíveis de expressão da posição social. Assim, as escolhas estéticas são atravessadas por relações de poder que definem quais formas de expressão são valorizadas e quais são marginalizadas.

Essa lógica pode ser aprofundada a partir das contribuições de Bourdieu. Para o autor, as preferências estéticas estão diretamente relacionadas à origem social dos indivíduos, funcionando como marcadores de classe. Como afirma Bourdieu (2007, p. 9), os gostos e práticas culturais são produtos de processos sociais, sendo utilizados como mecanismos de distinção e reprodução das hierarquias sociais. Nesse sentido, o vestir não é apenas expressão, mas também classificação.

A dimensão política da estética torna-se evidente quando se observa que o sistema da moda estabelece parâmetros que definem quais formas de expressão são legitimadas e quais são desvalorizadas. No contexto brasileiro, essa dinâmica é profundamente atravessada por relações raciais. Como aponta Gonzalez (1984), o racismo estrutura as formas de percepção social, influenciando diretamente a maneira

como determinados corpos são valorizados ou marginalizados. Dessa forma, a leitura da aparência não se limita ao campo estético, mas se articula a estruturas históricas de desigualdade.

Nesse sentido, a roupa não é interpretada isoladamente, mas em conjunto com o corpo que a veste, evidenciando que uma mesma estética pode ser valorizada ou desvalorizada a depender de quem a apresenta. Esse processo revela que o vestir participa ativamente da produção de desigualdades simbólicas, reforçando hierarquias de classe, raça e gênero.

A moda, portanto, se configura como um campo de disputa simbólica. Como destaca Lipovetsky (1987, p. 13), a dinâmica da moda envolve a constante produção de diferenciação, articulando a valorização do novo e da individualidade. Entretanto, essa diferenciação não ocorre de forma neutra, sendo estruturada por relações de poder que definem quais estéticas são legitimadas.

É nesse ponto que a dimensão política da estética se torna evidente. A roupa não é apenas linguagem ela é também instrumento de poder. Ao definir o que é considerado elegante, adequado ou desejável, o sistema da moda estabelece parâmetros que organizam a visibilidade social dos sujeitos. Dessa forma, determinadas estéticas são legitimadas, enquanto outras são desqualificadas, produzindo exclusão simbólica.

A consolidação da moda enquanto sistema de referência estética está diretamente associada à centralidade europeia na construção dos padrões de gosto. Como aponta Quijano (2005), a colonialidade do poder estruturou hierarquias que ultrapassam o campo econômico, alcançando também as dimensões culturais e simbólicas. Dessa forma, padrões estéticos europeus foram historicamente universalizados, influenciando a organização do vestir em diferentes contextos, incluindo o brasileiro.

No contexto brasileiro, essa dinâmica é profundamente atravessada por relações raciais. Como aponta Gonzalez (1984), o racismo estrutura as formas de percepção social, influenciando diretamente a maneira como determinados corpos são valorizados ou marginalizados. Nesse sentido, a roupa não é interpretada isoladamente, mas em conjunto com o corpo que a veste, evidenciando que uma mesma estética pode ser valorizada ou desvalorizada a depender de quem a apresenta.

Esse processo revela que a leitura da aparência não se limita ao campo estético, mas está diretamente relacionada às estruturas de poder que organizam a sociedade. Assim, o vestir participa da produção de desigualdades simbólicas, reforçando hierarquias de classe, raça e gênero.

Entretanto, o sistema da moda não se limita à reprodução dessas estruturas, sendo também atravessado por práticas de resistência. A apropriação da estética por sujeitos historicamente marginalizados constitui uma forma de enfrentamento às lógicas que negam protagonismo simbólico a determinados grupos sociais. Nesse sentido, afirmar uma identidade estética própria implica tensionar os padrões dominantes e disputar os significados atribuídos ao vestir.

Como destaca hooks (2019, p. 4), a afirmação estética pode ser compreendida como um ato político, na medida em que permite a ressignificação da imagem e a construção de identidades que desafiam estruturas opressivas. Dessa forma, a estética deixa de ser apenas um campo de adequação e passa a operar como espaço de disputa e afirmação.

Essa disputa também se manifesta nos processos de apropriação estética. Elementos culturais produzidos por grupos periféricos e marginalizados são frequentemente incorporados por classes dominantes, muitas vezes desvinculados de seus contextos de origem. Esse movimento evidencia que a circulação de signos no campo da moda ocorre de forma desigual, reforçando relações de poder e invisibilizando os sujeitos que produzem tais expressões.

Na contemporaneidade, essas dinâmicas são intensificadas pela centralidade da imagem. Como observa Pontes (2016, p. 2), vivemos em uma sociedade marcada pela multiplicidade de referências visuais, na qual a moda atua como mediadora da construção da identidade. Nesse cenário, o sujeito constrói sua imagem em diálogo constante com padrões estéticos socialmente difundidos.

Ao mesmo tempo, o consumo torna-se um elemento central nesse processo. Como aponta Berlim (2016), o modelo do fast fashion está diretamente associado às dinâmicas do capitalismo contemporâneo, sendo marcado pela produção acelerada, pelo consumo intensivo e pelo descarte constante. Esse modelo reforça a lógica de substituição contínua e intensifica a relação entre identidade e consumo.

Em contraposição a esse modelo, emergem propostas como o slow fashion. Segundo Fletcher (2010, p. 173 apud Berlim, 2016), o slow fashion propõe “projetar, produzir, consumir e viver melhor”, enfatizando a qualidade e a responsabilidade

socioambiental. Trata-se, portanto, de uma abordagem que tensiona a lógica do consumo acelerado, propondo novas formas de relação com o vestir.

Além disso, práticas como a reutilização de roupas também se apresentam como estratégias de resistência. Como destacam Fletcher e Grose (2019, p. 119 *apud* Bento *et al.*, 2022), a eficácia da reutilização depende da circulação ativa das peças, evidenciando o papel de práticas como o brechó na reconfiguração do consumo.

Dessa forma, compreender a roupa como linguagem implica reconhecer sua dimensão política. Ao mesmo tempo em que reproduz desigualdades, o vestir também possibilita a construção de estratégias de resistência. A produção de uma identidade estética própria, especialmente por sujeitos historicamente marginalizados, configura-se como um ato de enfrentamento à lógica que nega protagonismo simbólico às classes populares.

A negação do protagonismo simbólico às classes populares não se dá apenas no campo econômico, mas também no campo estético. Ao definir quais formas de vestir são consideradas legítimas, o sistema da moda estabelece limites simbólicos que restringem a visibilidade e o reconhecimento de determinados grupos sociais. Como argumenta Bourdieu (2007), os sistemas de classificação cultural operam como instrumentos de distinção, contribuindo para a manutenção das desigualdades.

Nesse cenário, o vestir deixa de ser compreendido como futilidade e se afirma como linguagem, disputa e política, abrindo caminho para a compreensão do brechó como espaço de reconfiguração simbólica do vestir e de construção de novas formas de pertencimento.

Assim, compreender a roupa como linguagem implica reconhecer sua dimensão política. O vestir não se configura apenas como forma de expressão individual, mas como um campo de disputa simbólica, no qual se definem visibilidades, pertencimentos e hierarquias sociais. Nesse contexto, a construção de uma identidade estética própria, especialmente por sujeitos historicamente marginalizados, constitui um ato de resistência à lógica que nega protagonismo simbólico às classes populares. Ao se apropriar da estética como linguagem, esses sujeitos tensionam as estruturas de poder que organizam o campo da moda, transformando o vestir em instrumento de afirmação e disputa social.

4 O BRECHÓ COMO PRÁTICA CONTRA-HEGEMÔNICA E RECONFIGURAÇÃO SIMBÓLICA DO VESTIR

Antes de analisar o brechó enquanto prática social contemporânea, é importante compreender sua definição e origem histórica. De acordo com Ramm e Moraes (2021), o termo “brechó” remonta ao século XIX e está associado a um comerciante conhecido como Belchior, que atuava na venda de produtos de segunda mão no Rio de Janeiro. Com o tempo, o nome do comerciante passou a designar esse tipo de atividade, sofrendo transformações linguísticas até se consolidar na forma atualmente conhecida.

Ainda segundo os autores, os brechós configuram-se como espaços de comercialização de objetos usados, reunindo uma diversidade de produtos, especialmente roupas, além de acessórios e calçados. Trata-se, portanto, de um segmento que dialoga com diferentes públicos e que, ao longo do tempo, foi sendo ressignificado, acompanhando transformações nas formas de consumo e nas práticas culturais.

Nos últimos anos, o mercado de roupas de segunda mão no Brasil tem apresentado crescimento expressivo, evidenciando mudanças nas práticas de consumo. Dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas indicam que, entre 2010 e 2015, houve um aumento de 210% no número de brechós e na comercialização de roupas usadas, além de um crescimento de 48,5% no comércio de produtos de segunda mão entre 2020 e 2021 (Sebrae, 2022). Esse cenário demonstra que o consumo de peças usadas vem se consolidando como uma prática cada vez mais presente, associada tanto a fatores econômicos quanto à valorização de princípios como sustentabilidade e consumo consciente.

A circulação de roupas de segunda mão permite evidenciar que o valor do vestuário não reside exclusivamente em sua materialidade ou condição de “novo”, mas é socialmente produzido e continuamente reclassificado. Como argumenta Bourdieu (2007), os sistemas de classificação cultural definem aquilo que é reconhecido como legítimo, atribuindo valor simbólico diferencial aos objetos conforme sua posição no espaço social. Nessa perspectiva, peças anteriormente desvalorizadas podem ser ressignificadas quando inseridas em novos contextos de uso. De modo semelhante, Miller (2013) destaca que os objetos materiais não são

passivos, mas participam ativamente da constituição das relações sociais, sendo constantemente reinterpretados pelos sujeitos.

A partir dessa compreensão, torna-se necessário ampliar a análise para o campo do consumo. Além das desigualdades materiais que historicamente marcaram o acesso ao vestuário, é importante compreender o consumo como um processo social mais amplo, atravessado por significados e práticas culturais. Nesse sentido, o consumo não se limita à aquisição de bens, mas constitui um mecanismo por meio do qual os indivíduos produzem sentido e constroem identidades (Barbosa; Campbell, 2006). De acordo com Salume *et al.* (2016), mesmo diante de restrições materiais, os sujeitos não apenas consomem, mas atribuem significados às peças adquiridas, estabelecendo relações simbólicas com os bens.

Antes de compreender o brechó como prática contemporânea associada ao consumo consciente e à sustentabilidade, é fundamental reconhecer que a circulação de roupas de segunda mão não constitui um fenômeno recente. Historicamente, o acesso ao vestuário sempre esteve atravessado por desigualdades sociais, o que fez com que o reaproveitamento de peças se tornasse uma prática recorrente, sobretudo entre as classes populares. Nesse sentido, conforme aponta Crane (2006, p. 24), “roupas novas eram inacessíveis aos pobres, que vestiam roupas usadas, normalmente passadas por muitas mãos”, evidenciando que o uso de roupas reutilizadas não surge como tendência, mas como uma estratégia material de sobrevivência.

Esse crescimento também está diretamente relacionado à mudança no comportamento dos consumidores, especialmente entre os mais jovens. De acordo com o Sebrae (2022), o avanço do mercado de segunda mão está associado à valorização de práticas sustentáveis e ao fortalecimento do consumo consciente, indicando uma transformação na forma como os indivíduos se relacionam com a moda e com o ato de consumir. Apesar do crescimento do setor, o consumo de roupas de segunda mão ainda enfrenta resistências sociais. Conforme aponta o Sebrae (2022), um dos principais desafios do mercado de brechós está relacionado ao preconceito associado à ideia de que esses produtos possuem baixa qualidade ou estão vinculados à falta de recursos financeiros. Esse dado evidencia que, além de uma transformação econômica, o fortalecimento desse segmento também exige mudanças culturais na percepção do consumo.

Para compreender esse cenário, é necessário situar a moda enquanto fenômeno histórico. Conforme argumenta Lipovetsky (2009, p. 23), “a moda não pertence a todas as épocas nem a todas as civilizações”, sendo uma construção própria da modernidade ocidental. A partir dessa perspectiva, a moda se organiza em torno da valorização do novo, da mudança constante e da efemeridade, consolidando um modelo de consumo baseado na substituição contínua de produtos. Nesse contexto, o brechó tensiona essa lógica ao propor a permanência, a reutilização e a circulação ampliada das peças.

Entretanto, a análise do brechó não pode se limitar à dimensão econômica. É necessário considerar o papel da roupa na constituição das identidades sociais. Nesse sentido, a perspectiva da cultura material contribui para compreender que os objetos não são apenas elementos passivos, mas participam ativamente da vida social. Como afirma Miller (2013, p. 22), “as roupas não são superficiais, elas são o que faz de nós o que pensamos ser”. A vestimenta, portanto, não apenas cobre o corpo, mas atua na construção das subjetividades e na forma como os indivíduos se percebem e são percebidos socialmente.

Essa perspectiva permite compreender que a roupa não atua apenas no plano individual, mas também na dimensão social, articulando significados compartilhados. É nesse ponto que a noção de vestuário como linguagem se torna central para aprofundar essa análise.

Essa compreensão dialoga diretamente com a ideia do vestuário como linguagem. De acordo com Nacif (2007), o vestuário não pode ser reduzido à sua função prática, uma vez que seus aspectos simbólicos e culturais são indissociáveis, constituindo-se como uma forma de linguagem visual inserida nas dinâmicas sociais. Assim, vestir-se implica comunicar, ainda que de forma não verbal, posições, pertencimentos e valores.

No contexto dos brechós, essa relação simbólica com os bens se torna ainda mais evidente. Segundo Salume *et al.* (2016), o consumo de roupas de segunda mão está associado não apenas a fatores econômicos, mas também a dimensões subjetivas, como a busca por exclusividade, identidade e pertencimento. As peças adquiridas são frequentemente percebidas como únicas e carregadas de história, o que reforça o caráter simbólico do consumo.

Essa dimensão simbólica também pode ser observada em diferentes contextos culturais. A partir dos estudos de Petter (1992), é possível compreender que, em

determinadas sociedades africanas, a roupa está profundamente vinculada às formas de comunicação e à organização simbólica da vida social. Nesse sentido, o vestuário pode ser entendido como um signo cuja significação está diretamente relacionada ao seu uso social. Como afirma a autora, trata-se de “um signo cuja significação é decorrente de um uso, de uma função” (Petter, 1992, p. 117). Além disso, a expressão “estar nu... é estar sem palavra” (Petter, 1992, p. 117) reforça que o vestuário funciona como uma extensão da linguagem, sendo fundamental na construção do sentido social do sujeito.

Ao articular essas perspectivas, torna-se possível compreender o brechó como uma prática que ultrapassa o campo do consumo, inserindo-se em um processo mais amplo de reconfiguração simbólica do vestir. Ao acessar roupas que já circularam por diferentes contextos, o sujeito não apenas reutiliza um objeto, mas reinscreve novos significados sobre ele, participando ativamente da construção de sua própria narrativa estética. Além disso, observa-se que o consumo em brechós percorre um movimento que vai do preconceito à ressignificação. Conforme apontam Salume *et al.* (2016), ainda que historicamente associado à escassez, o consumo de roupas usadas vem sendo reinterpretado como oportunidade de acesso a peças diferenciadas e construção de estilos próprios.

Nesse sentido, o brechó pode ser compreendido como uma prática que articula diferentes dimensões sociais, econômicas e simbólicas. Ao possibilitar o acesso material a uma maior diversidade estética, ele amplia as formas de expressão disponíveis, especialmente para sujeitos historicamente limitados pelas barreiras de classe. Além disso, favorece uma liberdade criativa que se constrói fora dos padrões impostos pela indústria da moda, permitindo a elaboração de estilos menos subordinados às tendências hegemônicas.

Além de tensionar a lógica da moda baseada na efemeridade, o brechó também se aproxima de práticas relacionadas a um consumo mais consciente. Nesse sentido, o consumo não deve ser compreendido apenas como aquisição de bens, mas como um processo social que envolve escolhas, valores e significados atribuídos aos objetos (Barbosa; Campbell, 2006). Ao optar por peças de segunda mão, os sujeitos não apenas reduzem o descarte, mas prolongam o ciclo de vida das roupas, deslocando o foco da novidade para a reutilização.

De acordo com Salume *et al.* (2016), o consumo de roupas usadas está frequentemente associado a valores ligados à sustentabilidade e à preocupação com

o descarte, evidenciando uma mudança nas formas de relação com os bens. Nesse contexto, o brechó se insere em práticas que, ainda que nem sempre nomeadas como tais, dialogam com princípios da economia circular, ao promover a circulação contínua das peças e a revalorização de objetos já utilizados. Mais do que uma escolha econômica, trata-se de uma forma de consumo que articula dimensões materiais e simbólicas, na medida em que permite aos sujeitos construir estilos próprios ao mesmo tempo em que estabelecem uma relação mais consciente com os objetos que consomem.

A relevância desse movimento também pode ser compreendida a partir dos impactos ambientais da indústria da moda. Segundo o Sebrae (2022), a aquisição de roupas de segunda mão pode reduzir significativamente a emissão de carbono, chegando a níveis até 82% menores em comparação à produção de peças novas. Esse dado evidencia que práticas como o consumo em brechós não apenas reconfiguram o valor simbólico da roupa, mas também contribuem para a redução dos impactos ambientais associados ao setor.

Dessa forma, o brechó não apenas amplia o acesso à roupa, mas reconfigura o lugar simbólico das classes populares na produção estética e cultural. Ao deslocar práticas historicamente associadas à escassez para o campo da criação, da autonomia e da expressão, essa dinâmica evidencia que a moda não é um espaço exclusivamente dominado pelas elites, mas um campo de disputa, negociação e reinvenção. O brechó não pode ser compreendido apenas como uma alternativa econômica, mas como um espaço de produção de sentidos. De acordo com Salume *et al.* (2016), a experiência de consumo nesses espaços envolve dimensões que ultrapassam a lógica utilitária, incorporando valores relacionados à identidade, à memória e à expressão individual.

O brechó não deve ser compreendido apenas como alternativa econômica ou ecológica, mas como um espaço de disputa simbólica. Ao reconfigurar o valor das roupas e ampliar as possibilidades de acesso e criação estética, ele tensiona as hierarquias que historicamente estruturam o campo da moda. Em diálogo com a discussão desenvolvida no capítulo anterior, pode-se afirmar que o consumo de segunda mão também constitui uma forma de resistência, na medida em que possibilita a construção de identidades estéticas desvinculadas, ainda que parcialmente, dos padrões hegemônicos. Assim, o vestir, no contexto dos brechós,

reafirma seu caráter político, evidenciando que as práticas de consumo também são formas de posicionamento social.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise desenvolvida ao longo deste trabalho permite compreender que a roupa, longe de se restringir a uma dimensão funcional ou superficial, constitui um elemento central na organização da vida social. Ao operar como linguagem, o vestir se insere em um sistema de significação que articula identidade, pertencimento e diferenciação, evidenciando que a aparência é atravessada por processos históricos e por relações de poder.

No percurso realizado, foi possível demonstrar que a consolidação da moda enquanto fenômeno social está profundamente vinculada à construção de hierarquias simbólicas, historicamente ancoradas em referências eurocêtricas. Nesse contexto, o gosto, a elegância e a legitimidade estética não se apresentam como categorias neutras, mas como construções sociais que refletem e reproduzem desigualdades de classe, raça e gênero. Assim, o vestir se configura como um campo de disputa, no qual se definem não apenas estilos, mas também formas de reconhecimento social.

A partir dessa perspectiva, o segundo capítulo evidenciou que a roupa pode ser compreendida como linguagem e, ao mesmo tempo, como instrumento político. Ao construir sua imagem por meio do vestir, o sujeito não apenas expressa uma identidade, mas produz uma narrativa de si, mobilizando signos que são socialmente interpretados. Entretanto, essa produção não ocorre em condições de igualdade, sendo atravessada por estruturas que definem quais estéticas são valorizadas e quais são marginalizadas. Nesse sentido, a construção de uma identidade estética própria, especialmente por sujeitos historicamente excluídos, configura-se como um ato de resistência à lógica que nega protagonismo simbólico às classes populares.

Essa dimensão política do vestir se torna ainda mais evidente quando analisada a partir das práticas que tensionam o modelo dominante da moda. Como discutido no terceiro capítulo, o brechó, longe de se configurar apenas como uma alternativa econômica ou sustentável, revela-se como um espaço de reconfiguração simbólica do vestir. Ao possibilitar novas formas de acesso e circulação das roupas, o brechó rompe com a lógica linear do consumo e contribui para a construção de novas

narrativas estéticas, nas quais o valor não está necessariamente associado ao novo ou ao padrão dominante.

Além disso, ao ressignificar o uso de roupas anteriormente associadas à necessidade ou à marginalização, o brechó tensiona as hierarquias simbólicas que estruturam o campo da moda. Nesse processo, sujeitos e grupos sociais passam a ocupar lugares de protagonismo na produção de sentido, deslocando a centralidade dos modelos estéticos hegemônicos e afirmando novas formas de pertencimento.

Dessa forma, compreender a roupa como linguagem implica reconhecer sua dupla dimensão: ao mesmo tempo em que reproduz estruturas de desigualdade, o vestir também possibilita a construção de estratégias de resistência. Em um contexto marcado por profundas assimetrias sociais, a estética se configura como um espaço de disputa, no qual se produzem visibilidades, se afirmam identidades e se tensionam relações de poder.

Assim, ao analisar o vestir para além da aparência, este trabalho contribui para evidenciar que a moda não deve ser compreendida como um campo periférico ou superficial, mas como um espaço central na produção da vida social. Mais do que acompanhar tendências, vestir-se é participar de um sistema simbólico que organiza o mundo e, ao mesmo tempo, pode transformá-lo.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
- BALTAR, Paula. A teoria crítica sob o olhar da decolonialidade. **Tensões Mundiais**, Fortaleza, v. 16, n. 31, p. 21-47, 2020.
- BARTHES, Roland. **O sistema da moda**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.
- BENTO, Ester Aparecida de Moraes et al. **Sustentabilidade nas indústrias de moda**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso – Escola Técnica Estadual Prof. Armando José Farinazzo, Fernandópolis, 2022.
- BERLIM, Lilyan. Moda e sustentabilidade: design para a mudança. *Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte*, São Paulo, v. 5, n. 2, 2012.

BERLIM, Lilyan Guimarães. **Transformações no campo da moda: crítica ética e estética**. 2016. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

BON, Olga. **A transformação do vestir: um estudo sobre leis suntuárias, moda e modernidade**. 2018.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, 2007.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

DEBOM, Paulo. **A moda como objeto do pensamento**. *Veredas da História*, v. 9, n. 1, p. 23-47, 2016.

FIGUEREDO, Henrique Grimaldi. Por que ler Joanne Entwistle? *dObra[s]*, v. 12, n. 27, 2019.

FIORIN, Márcia Meira Berti. **Slow fashion no Brasil: análise de experiências de produção de vestuário sustentável na perspectiva dos agentes produtivos à luz de estudos de casos múltiplos**. 2020. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020.

FLETCHER, Kate; THAM, Mathilda. **Earth Logic: plano de pesquisa-ação para moda**. London: The J J Charitable Trust, 2021.

FRIEDMAN, Jonathan. **Consumption and identity**. London: Harwood Academic Publishers, 1994.

GONDOLA, Charles Didier. Dream and drama: the search for elegance among Congolese youth. **African Studies Review**, 1999.

GONZALEZ, Lélia. Racismo e sexismo na cultura brasileira. **Revista Ciências Sociais Hoje**, p. 223-244, 1984.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HOOKS, bell. **Olhares negros: raça e representação**. São Paulo: Elefante, 2019.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MICHELI, Miqueli. **Moda brasileira e mundialização: mercado mundial e trocas simbólicas**. 2012. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2012.

MIGNOLO, Walter D. Colonialidade: o lado mais escuro da modernidade. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 32, n. 94, 2017.

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

NACIF, Maria Cristina Volpi. O vestuário como princípio de leitura do mundo. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 24., 2007. **Anais [...]**. Associação Nacional de História (ANPUH), 2007.

PETTER, Maria Margarida Taddoni. **A construção do significado de fâni, pano e vestuário em diúla**. 1992. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1992.

PONTES, Maria Helena. Moda, imagem e identidade. *Revista Achiote.com – Revista Eletrônica de Moda*, 2013. ISSN 2318-5724.

QUIJANO, Aníbal. Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina. In: LANDER, Edgardo (org.). **A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais: perspectivas latino-americanas**. Buenos Aires: CLACSO, 2005.

RAMM, Elisângela Fröhlich; MORAIS, Roberto Tadeu Ramos. **Brechó: empreendimento focado no consumo sustentável da moda em constante crescimento no mercado**. Taquara: FACCAT, 2021.

SALUME, Paula Karina; SILVA, Gabriel Henrique Ávila; PINTO, Marcelo de Rezende; ASSIMOS, Bruno Medeiros. O consumo de roupas de segunda mão: uma pesquisa etnográfica em brechós de baixa renda de Belo Horizonte. 2016.

SANTOS, Iasmym Ferreira. **Re-modele: moda sustentável: aplicativo para comercialização, reutilização e doações de roupas em Salvador**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design) – Universidade do Estado da Bahia, Salvador, 2022.

SCHWARCZ, Lília Moritz. **O espetáculo das raças**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Mercado de segunda mão: um nicho bilionário da moda**. 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/mercado-de-segunda-mao-um-nicho-bilionario-da-moda>. Acesso em: 21 abr. 2026.

TROIANI, Leonice; SEHNEM, Simone; CARVALHO, Luciano. Moda sustentável: uma análise sob a perspectiva do ensino de boas práticas de sustentabilidade e economia circular. *Cadernos EBAPE.BR*, Rio de Janeiro, v. 20, n. 1, p. 62-76, 2022.