

1 TÍTULO: A MODA NO CONTEXTO DA SUSTENTABILIDADE

1.1. Autores:

Neide Köhler Schulte; Luciana Lopes; Monik Aparecida Alessio; Beatriz Freitas / Universidade do Estado de Santa Catarina.

1.2. Resumo:

O artigo apresenta questões consideráveis para compreender o conceito de sustentabilidade atrelado à moda e à indústria têxtil.

1.3. Palavras-chave:

Moda; Sustentabilidade; Consumo.

1.4. Contexto/Motivação:

No mundo atual é possível observar o consumo sem consciência no âmbito da moda, com o fenômeno do “fast fashion” causando impactos ambientais imensos. Portanto, busca-se apresentar as circunstâncias e antecedentes da produção têxtil.

1.5. Objetivo:

Disseminação do conceito de sustentabilidade ambiental através da produção e consumo conscientes.

1.6. Contribuições:

Expor as práticas da indústria têxtil com efeitos negativos e apresentar novas ideias tanto para o consumo consciente, quanto para novas práticas sustentáveis das empresas.

1.7. Metodologia:

Estudo realizado a partir de autores, artigos e informações complementares em fontes digitais sobre moda e sustentabilidade tendo destaque para as autoras Kate Fletcher e Lynda Grose.

1.8. Resultados:

A pesquisa será continuada pelo Programa de Extensão Ecomoda da UDESC, realizando um levantamento sobre a aplicação da sustentabilidade na moda brasileira, podendo desencadear novas pesquisas.

1.9. Observações:

O artigo tem caráter informativo, em relação às práticas abusivas da indústria têxtil como descarte de corantes tóxicos em rios, tráfico de animais exóticos para uso das

peles, emissão de carbono etc. Além disso, também mostra algumas ideias que podem ser aplicadas nesse mercado.

2 TÍTULO: O NOVO CONSUMIDOR DE MODA E A SUSTENTABILIDADE

2.1. Autores:

Ereany Refosco; Karla Mazzoti; Márcia Sotoriva; Ana Cristina Broega /
Universidade do Minho.

2.2. Resumo:

Como inserir a moda, atualmente de caráter movido pelo consumismo, em um novo perfil consciente e sustentável.

2.3. Palavras-chave:

Comportamento do consumidor; Moda; Sustentabilidade.

2.4. Contexto/Motivação:

O mercado atual trata a moda como facilmente descartável e o consumidor busca sempre estar ligado às novas tendências, atribuindo maior valor à novidade do que a função principal da roupa (proteção);

2.5. Objetivo:

Conscientizar sobre a importância do consumo consciente no nicho da moda e apresentar soluções sustentáveis para tal problema.

2.6. Contribuições:

O artigo apresenta as relações entre os três níveis da moda: consumidor, designer e indústria; O consumidor vem apresentando uma "postura de repúdio ao consumismo exagerado e inconsequente" e nos últimos tempos é possível observar uma responsabilidade maior respondendo positivamente àquilo que se mostra sustentável; O designer da moda tem responsabilidade quanto a utilização de fibras biodegradáveis ou sustentavelmente produzidas; A indústria deve utilizar tecnologias que diminuam os resíduos sólidos principalmente.

2.7. Metodologia:

É proposto a atribuição dos produtos da moda aos aspectos emocionais, ou seja, propor produtos desenvolvidos com um apelo ecológico, como meio de estimular o consumo consciente e produção sustentável.

2.8. Resultados:

Conscientização do leitor, além de ideias que podem ser aplicadas ao processo de produção têxtil.

2.9. Observações: Nenhuma.

3 TÍTULO: BALOOK: PROJETO E IMPLEMENTAÇÃO DE UM APLICATIVO DE MODA CONSCIENTE UTILIZANDO UM FRAMEWORK EM JAVASCRIPT.

3.1. Autores:

Gustavo Arrua Fantinel / Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS).

3.2. Resumo:

Projeto e implementação do aplicativo "Balook" - que usa de frameworks baseados em Javascript -, tendo por objetivo auxiliar usuários a controlarem seus guarda-roupas de modo organizado, evitando desperdícios e difundido conceitos do consumo consciente.

3.3. Palavras-chave:

Moda; Sustentabilidade; Consciente; Javascript.

3.4. Contexto/Motivação:

A motivação parte de um princípio sobre o consumo consciente e ecológico no âmbito da moda.

3.5. Objetivo:

Foram exploradas diversas funcionalidades, sendo o projeto final com o objetivo de conter funcionalidades de organização do guarda-roupas pessoal, composição de *looks*, rede social para vendas, trocas ou doações de peças usadas (brechó-virtual). Entretanto, até a publicação do artigo, foram apenas desenvolvidas as funcionalidades de organização das peças e composição de *looks*.

3.6. Contribuições:

O aplicativo visa a organização quanto a utilização e tempo de vida das peças (quantas vezes uma peça foi utilizada). Desse modo, os usuários podem aproveitar o uso de suas peças e evitar o consumo desenfreado de novas roupas, que é muito comum com as ideias atuais do *fast fashion*.

3.7. Metodologia:

O aplicativo de moda consciente faz uso de uma stack baseada em JavaScript, utilizando os frameworks React Native no front-end, NodeJS para a API e MongoDB como banco de dados.

3.8. Resultados:

Foi realizado um teste do aplicativo com usuários em pequena escala (“dez alunos do curso de Desenho Industrial“ segundo o próprio autor). Assim, foram observados alguns *bugs* e melhorias possíveis, mas no geral a aplicação apresenta resultados positivos.

3.9. Observações:

Utilizando os feedbacks dos usuários, elencou-se uma série de melhorias que podem ser implementadas em futuras iterações do Balook.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Ciência da Computação, Área de Concentração em Ciências Exatas e da Terra, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciência da Computação (publicado no ano de 2021).

4 TÍTULO: RELAÇÕES ENTRE MODA E SUSTENTABILIDADE

4.1. Autores:

Anne Anicet e Evelise Anicet Ruthschilling

4.2. Resumo:

A área da moda lida com impasses ambientais desde sempre, o artigo apresenta ações que estão sendo feitas para diminuir o fast fashion e popularizar a sustentabilidade na moda.

4.3. Palavras-chave:

Moda; Sustentabilidade; Zero Waste.

4.4. Contexto/Motivação:

Poluição e desperdício na área têxtil.

4.5. Objetivo:

Mostrar curiosidades ecológicas da moda, como o fato de que nem todo tecido natural é mais ecológico que um industrial. Além de apresentar as melhores formas de preservar uma peça de roupa ajudando o meio ambiente

4.6. Contribuições:

Conscientizou sobre os melhores tecidos e técnicas para a sustentabilidade. Água na produção de algodão, poluentes do sabão em pó e os gastos das máquinas de lavar..

4.7. Metodologia:

Apresenta fatos e pesquisas sobre o desperdício e gasto de cada fato.

4.8. Resultados:

Indicou formas sustentáveis no ramo da moda e conscientizou sobre técnicas não ecológicas.

4.9. Observações:

Curadoria de peças e o realce de que nem sempre tecidos naturais são mais ecológicos.

5 TÍTULO: SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL: UM DESAFIO PARA MODA

5.1 Autores:

Neide Kohler Schulte e Luciana Lopes

5.2 Palavras-chave:

Desenvolvimento sustentável; Moda; Novos cenários.

5.3. Resumo:

Reflexão sobre um paradigma que se estabeleceu no século XXI: "O desenvolvimento ambiental sustentável" e a sua implicação na criação de produtos para o vestuário. Os impactos ambientais devem ser considerados em todas as etapas dos projetos de novos produtos, da origem da matéria-prima até o descarte pelo consumidor. Diante desse contexto são identificados novos cenários para a moda.

5.4. Contexto/motivação:

A pesquisa "Eco fashion: consolidação de uma tendência ecológica na moda" e as reflexões sobre o sistema da moda diante dos princípios estabelecidos para um desenvolvimento sustentável que seja economicamente viável, socialmente justo e ecologicamente correto.

5.5. Objetivo:

Identificar novos cenários da ecomoda. Trazer à tona os problemas ambientais da indústria têxtil e mostrar falta de adequação das empresas do ramo

5.6. Contribuições:

Apresentação de marcas ecológicas, como a marca infantil Pistache & Banana de Santa Bárbara que produz suas peças com algodão orgânico, conscientização sobre os agrotóxicos do algodão

5.7. Metodologia:

O artigo usa a analogia de que a roupa é uma forma de comunicação, as pessoas costumam ter suas primeiras impressões baseadas em nosso vestuário, logo devemos usar peças ecológicas para representar a ecologia.

5.8. Resultado:

Contribuiu para a sensibilização do leitor em questão da moda sustentável, demonstrou que o nível de evolução da ecomoda está no mercado fashion.

5.9. Observações:

Ecovogt, tecido 100% ecológico criado pelo estilista brasileiro Caio Von Vogt (fibra de origem vegetal que se decompõe em dois anos).

Decomposição do algodão: 10 anos. Decomposição do poliéster: um século.

6 TÍTULO: O USO DA TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES: UM ESTUDO NO VAREJO DE MODA NO BRASIL

6.1. Autores:

Érico Veras Marques

6.2. Palavras-chave:

Tecnologia de informação, varejo, moda, decisões, fatores.

6.3. Resumo:

O uso da tecnologia tem se tornado cada vez mais presente no dia-a-dia, logo as empresas apresentam um investimento bem maior nesse ramo, o artigo estuda o uso de TI na indústria de varejo de Confecção, focado em descobrir os fatores que afetam o uso de TI em uma organização.

6.4. Objetivo:

Contemplar o uso efetivo da TI, contribuições, facilitadores, restrições e aspectos que influenciam a TI no setor da moda, numa visão de competitividade e uso estratégico. Responder a pergunta: "Como a Tecnologia da informação é utilizada no varejo brasileiro de moda? E que fatores influenciam nesta utilização.

6.5. Contexto/motivação:

O mercado de TI vem se tornando cada vez maior, contribuindo diretamente para a economia de um país, empresa ou ramo. O artigo tem como motivação descobrir o nível de influência atual da tecnologia no mercado varejista, e como ambos afetam a economia do Brasil.

6.6. Contribuições:

Contribuiu para entender a relação da tecnologia com a moda, atualizar sobre a importância do mercado de TI nos dias atuais e contextualizar a necessidade de atualizações tecnológicas em qualquer ramo.

6.7. Metodologia:

Pesquisa exploratória, uso de instrumentos qualitativos. O trabalho foi dividido em três fases: 1- entrevista com especialistas do setor; 2- entrevista estruturada com executivos do setor de varejo; 3- estudo de múltiplos casos com empresas de pequeno, médio e grande porte no varejo de confecção.

6.8. Resultados:

Sintetizou o entendimento do varejo brasileiro, elaborou um panorama sobre o mesmo e o uso de TI neste ambiente, elaborando um instrumento de estudo para o mercado da moda.

6.9. Observações:

Artigo que relaciona tecnologia da informação com moda, apresenta dados sobre o mercado atual e um panorama de varejo.

7 TÍTULO: AÇÕES NA ÁREA DA MODA EM BUSCA DE UM DESIGN SUSTENTÁVEL

7.1. Autores:

Anne Anicet; Pedro Bessa; Ana Cristina Broega.

7.2. Resumo:

O artigo averiguado apresenta algumas ações que visam diminuir os impactos ambientais provocados pela indústria da moda, a começar pela colagem de resíduos de tecidos de indústrias têxteis.

7.3. Palavras-chave:

Meio ambiente, colagens têxteis, moda.

7.4. Motivação:

Durante a Revolução Industrial era usado o avanço tecnológico para medir o desenvolvimento humano, pois era o que contribuía para a produção de itens e para a acumulação de capital. A motivação a partir desta época é aumentar a quantidade de mercadoria para assim aumentar os lucros, mas para isso a qualidade do produto é baixada, aumentando o descarte de mercadorias e prejudicando fortemente o meio ambiente (Sem contar da substituição de roupas por tendências que são constantes).

7.5. Objetivo:

Estas empresas usam o fast fashion, fazendo com que precisem buscar por produtos que alcancem o maior público. Slow fashion, uma moda que visa preservar o meio ambiente, mas se preocupando também com a produtividade, é um meio utilizado pela designer Ana Livni no Manifesto Moda Lenta Slow Fashion, mas isso ainda não é uma ideia muito acolhida pelas empresas. Em compensação, alguns outros designers utilizam dos 3 Rs (reduzir, reciclar e reutilizar) para o desenvolvimento de seus produtos, focando mais em reduzir e reutilizar.

7.6. Contribuições:

Algodões orgânicos: não utilizam pesticidas ou fertilizantes. Duas criadoras que trabalham com este tipo de embasamento são a Lynda Grose e a People Tree.

Estampas e tingimentos ecológicos: a estamparia é uma das áreas mais poluentes no processo têxtil. A estamparia por sublimação é um método mais adequado por não utilizar água em seu processo, porém, só se fixa em tecidos com pelo menos 50% de poliéster, em alguns casos em tecidos de poliamida também. Alguns designers não os usam por conter petróleo em sua produção, mas algumas empresas conseguem reciclar tecidos de poliéster. Um criador especialista em tingimento natural, é Eduardo Du Pasquier.

Acessórios de moda: bolsas e carteiras feitas com saco de cimento usado, bolsas feitas com back-light e outdoors e lonas de caminhão, peças feitas com cinto de segurança de carros

do ferro velho, bijoux feitos de porcelana quebrada, brechós e trocas de partes das roupas que danificam e sujam com maior frequência.

7.7. Metodologia:

Se tratando da "colagem" (método citado anteriormente) e da expressividade da matéria-prima, foram utilizados resíduos do Banco de Vestuários de Caxias do Sul para sua testagem, e em seguida resíduos provenientes da lã, que reagiram muito bem à colagem. A autora criou protótipos que posteriormente foram utilizados como modelos em um workshop, com a seleção de artesãs experientes.

7.8. Resultados:

O desenvolvimento sustentável demanda de muitas áreas para o seu crescimento, necessitando principalmente do consumidor final. É um processo difícil tornar a moda sustentável, pelo fato de estar em constante tendência/mudança, mas o artigo analisado discute diversos métodos já utilizados que contribuem para esta evolução.

7.9. Observações:

Diversos pontos que buscam diminuir os impactos ambientais foram citados ao longo deste artigo, pontos estes criados e desenvolvidos por diversos autores, designers, criadores..., mas ainda vejo que isso está pouco difundido dentre a maioria das empresas do mundo todo.

8 TÍTULO: CONSUMO ONLINE E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO: UM ESTUDO SOBRE BRECHÓS ONLINE

8.1. Autores:

Priscila Kieling Pontin; Moisés Waismann.

8.2. Resumo:

No seguinte artigo é falado sobre como as compras online foram de grande extensão com a chegada de 2020, principalmente por meio dos brechós online. Este estudo foi elaborado através do acompanhamento do perfil no Instagram de uma empresa da Região Metropolitana de Porto Alegre. Como OBJETIVO, o artigo busca mostrar como lojas virtuais atraem o público e conseguem se manter apenas no online. Este estudo analisa a um específico brechó principalmente virtual que atua através do e-commerce.

8.3. Palavras-chave:

Vestígios memoriais, brechó, moda, consumo online e comunicação social.

8.4. Motivação:

Em 2020, devido ao isolamento social pelo vírus da Covid-19, todos tivemos que nos adaptar com o que tínhamos em casa para evitar aglomerações desnecessárias. A principal mudança foi no ramo de alimentos, onde muitas pessoas passaram a comprar comida virtualmente. De acordo com o Ecommerce Brasil houve uma aceleração de R\$27,3 bilhões no comércio digital no Brasil entre 24 de fevereiro e 24 de maio de 2020. Este período teve um aumento de 71% em comparação ao mesmo período de 2019. A quantidade de pessoas que consomem online subiu de 19% para 34%, de acordo com o relatório Consumer Thermometer. O mesmo estudo explica como o grupo de consumidores aumentou e variou nesta época.

Mesmo as lojas físicas que já possuíam rede social, tiveram que se adaptar ao novo modo de venda e compra, tanto porque algumas como a "Bendita Traça" obtinham suas peças de brechós físicos que não tinham tanto cuidado com as roupas.

8.5. Objetivo:

A Bendita Traça trabalha virtualmente e se comunica com seus consumidores por meio das mídias sociais. Além disso, participa de alguns eventos de brechós e busca sempre mostrar aos seus usuários tudo sobre a marca (utilizando principalmente o Instagram).

De alguns anos para cá, a moda busca fazer uma estimativa de durabilidade social da peça.

Alguns autores mostram como a moda muda de acordo com o avanço da sociedade. Desde a Idade Média as pessoas usam roupas para suprir suas determinadas necessidades. Na seguinte época, as pessoas se vestiam pensando no que iriam realizar no dia e dependendo de seu humor, isso se tornou uma representação da identidade do indivíduo. Nisso foi percebido

como a moda está relacionada ao jeito de determinado grupo social, seus costumes, crenças, e até ao clima do momento.

Nos dias atuais os designers de moda procuram inserir em seus estilos peças de roupa como as antigas, pois é o que os consumidores estão procurando, por isso os brechós se sobressaem nesse momento. Um ponto que faz as pessoas comprarem em brechós, é a quem essa roupa pertenceu antes, podendo ser uma pessoa especial para o comprador.

Outro aspecto que influencia a moda, são os objetos antigos que trazem uma memória para a ampliação de seus estudos.

8.6. Contribuições:

O público da empresa citada no artigo, mostra a empresa como e o quanto estão engajados com as ideias e os propósitos dela, isso à ajuda a melhorar suas relações e comunicações com os usuários, que são automaticamente incentivados a participar desta transformação ambiental.

8.7. Metodologia:

Há um processo chamado "upcycling" relatado por Walter Moser, que busca recuperar a peça, que se difere do processo de reciclagem onde a peça seria totalmente modificada.

A Bendita Traça é dividida em vários setores para a organização da coleta, armazenamento e venda do produto. Um aspecto importante para eles é a interação da empresa com o usuário através do contato pela mídia social Instagram, fora isso, a Bendita Traça busca sempre deixar o comprador a par de tudo por trás da empresa, e realiza todo o processo de forma "humanizada".

8.8. Resultados:

O público da empresa estudada busca sempre deixar seu feedback para a empresa, seja através de curtidas, compartilhamentos, comentários, etc. Foram sempre bem interativos e receptivos ao negócio desenvolvido desde o início. Nisso, foi citado que a empresária está a todo momento respondendo os comentários e interagindo de volta com o público.

8.9. Observações:

Foi compreendido então pelos estudos observados, que a sociedade se veste de acordo com o grupo social que está ou que quer se inserir, como por exemplo o público da Bendita Traça, que se alinhou aos ideais da empresa. O cuidado que a mesma possui com os produtos e com os clientes, torna o ambiente mais agradável.

Tudo isso comprova como os clientes estão envolvidos com questões ecológicas e que promovem a preservação do meio ambiente.

9 TÍTULO: BRECHÓ: EMPREENDIMENTO FOCADO NO CONSUMO SUSTENTÁVEL DA MODA EM CONSTANTE CRESCIMENTO NO MERCADO

9.1. Autores:

Elisângela Fröhlich Ramm; Roberto Tadeu Ramos Moraes.

9.2. Resumo:

Baseando-se no brechó online @garimpo_91, o artigo busca entender o consumo de peças de segunda mão em meio à sociedade, ao ambientalismo e a economia. Foi realizada uma pesquisa com os consumidores do brechó para entender seu comportamento perante o mesmo, isso resultou em amostras de que a loja contribui para a sustentabilidade e seus usuários estão buscando por melhorias em seus hábitos de consumo, isso mostra como os brechós e o consumo de moda de segunda mão estão crescendo com o passar do tempo.

9.3. Palavras-chave:

Brechó, sustentabilidade, consumo consciente e roupas.

9.4. Motivação:

A principal motivação pela pesquisa foi o envolvimento profissional da autora em meio aos brechós. As pessoas têm buscado mais nos últimos anos por peças de segunda mão, mostrando a importância de se obter um embasamento científico para novos projetos e crescimento do tema. A ideia era levar informações a mais às pessoas e quebrar os padrões referentes ao tema.

9.5. Objetivo:

O artigo mostra a chance de um possível investimento dentro da área ecológica que está se desenvolvendo cada vez mais. A pesquisa busca atingir a sociedade, o meio empresarial e o meio acadêmico através do consumo de peças de segunda mão em seus aspectos sociais, ambientais e econômicos usando como base o brechó @garimpo_91, de modo a engajar o mesmo.

9.6. Contribuições:

O artigo responde como os brechós auxiliam na diminuição dos impactos sociais e ambientais da indústria da moda e como é possível melhorar sua competitividade no mercado de trabalho.

9.7. Metodologia:

Foi feita uma pesquisa bibliográfica para comprovar as argumentações sobre o mercado das peças de roupas de segunda mão e os problemas causados dentro a sustentabilidade ambiental, social e econômica na sociedade, se baseando principalmente nos brechós e na importância da mudança para a melhora nas ações sustentáveis. Um critério

utilizado foi a análise da utilidade que a ideia possui na sociedade com um estudo que abrange formas sistêmicas, críticas e metódicas, além de ser quantitativo e qualitativo na abordagem do problema e na realização do questionário.

9.8. Resultados:

Com o estudo pôde-se averiguar os problemas da produção, o consumo e o descarte das roupas em excesso, além de entender com o questionário, como os brechós contribuem econômica, social e ambientalmente. Os seres humanos estão percebendo que a cada ano que se passa a necessidade de mudança nos hábitos cotidianos para um mundo melhor, aumenta.

9.9. Observações:

As principais usuárias da loja são mulheres (94,2%) sulistas (51,2%) da geração Y (57%) que preferem comprar virtualmente (63,5%) peças vintage (46%) e preferencialmente pelo Instagram (52,9%). O público do @garimpo_91 cresce a cada ano, impulsionando os empreendedores da área que com isso contribuem para fatores ambientais e sociais. O único problema analisado foi a falta de contribuição de todos os usuários do brechó para o preenchimento do questionário. O uso dos brechós contribui para a diminuição do uso da matéria prima de modo a reduzir o descarte incorreto das roupas e dar a elas um novo destino, além de possuírem um preço mais acessível e gerar renda e empregos.

A pesquisa traz informações para estudantes, profissionais administrativos ou da área da sustentabilidade, empreendedores, para quem quer iniciar seu negócio dentro do tema e para quem possui interesse no assunto.

Referências Bibliográficas

SCHULTE, N. K. et al. A moda no contexto da sustentabilidade. **ModaPalavra e-periódico**, Florianópolis, ano 6, n.12, p. 194 – 211, jul./dez. 2013. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514051625013>. Acesso em: 11 abr. 2022.

REFOSCO, E. et al. O novo consumidor de moda e a Sustentabilidade. **RepositóriUM**: Universidade do Minho, set. 2011. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/14946>. Acesso em: 11 abr. 2022.

FANTINEL, G. A. **BALOOK**: Projeto e implementação de um aplicativo de moda consciente utilizando um framework em javascript. 2021. 47f. Monografia - Graduação em Ciência da Computação, Universidade Federal de Santa Maria, Rio Grande do Sul, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/22555>. Acesso em: 11 abr. 2022.

ANICET, A.; RÜTHSCHILLING, E. A. Relações entre moda e sustentabilidade. Anais do 9º Colóquio de Moda, Fortaleza, 2013. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/ARTIGOS-DE-GT/Artigo-GT-Moda-e-Sustentabilidade/Relacoes-entre-moda-e-sustentabilidade.pdf>. Acesso em 12 de abr. 2022.

KOHLER, N. S.; LOPES, L. Sustentabilidade ambiental: Um desafio para a moda. **ModaPalavra e-periódico**, Florianópolis, n.2, p. 31 - 42, ago./dez. 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/5140/514051713006.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2022.

MARQUES, E. V. **O Uso da Tecnologia de Informação nas Organizações**: Um Estudo no Varejo de Moda no Brasil. 2004. Tese (Doutorado) - requisito para obtenção do título de Doutor em Administração de Empresas, Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, 2004. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/2597>. Acesso em: 12 abr. 2022.

ANICET, A.; BESSA, P.; BROEGA, A. C. Ações na área da moda em busca de um design sustentável. **RepositóriUM**: Universidade do Minho, Portugal (Universidade de Aveiro), 2011. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/14959>. Acesso em: 13 abr. 2022.

PONTIN, P. K.; WAISMANN, M. Consumo online e desenvolvimento econômico: um estudo sobre brechó online. **X Seminário Internacional sobre Desenvolvimento Regional (UNISC)**, Rio Grande do Sul, 2021. Disponível em: <https://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/sidr/article/view/21244/1192613355>. Acesso em: 13 abr. 2022.

RAMM, E. F.; MORAIS, R. T. R. Brechó: empreendimento focado no consumo sustentável da moda em constante crescimento no mercado. **Revista de Administração de Empresas Eletrônica - RAEE**, 16 ed. Rio Grande do Sul, 15 mar. 2022. Disponível em: <http://seer.faccat.br/index.php/administracao/article/view/2454>. Acesso em: 13 abr. 2022.