



**FUNDAÇÃO EDSON QUEIROZ
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA - UNIFOR**

MÁRCIA REGINA CAVALCANTE COSTA

**A DINÂMICA DOS ELEMENTOS DA PRÁTICA DE
COMPARTILHAR PEÇAS DO VESTUÁRIO NA CIDADE
DE FORTALEZA-CE**

FORTALEZA

2020

MÁRCIA REGINA CAVALCANTE COSTA

**A DINÂMICA DOS ELEMENTOS DA PRÁTICA DE COMPARTILHAR PEÇAS
DO VESTUÁRIO NA CIDADE DE FORTALEZA-CE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas da Universidade de Fortaleza (UNIFOR), como requisito parcial para obtenção do título de Mestra em Administração de Empresas.

Área de Concentração: Fundamentos e Processos Estratégicos para a Sustentabilidade.

Orientador: Prof. Dr. Minelle Enéas da Silva.

FORTALEZA

2020

Ficha catalográfica da obra elaborada pelo autor através do programa de geração automática da Biblioteca Central da Universidade de Fortaleza

Costa, Márcia Regina Cavalcante.

A dinâmica dos elementos da prática de compartilhar peças do vestuário na cidade de Fortaleza - CE / Márcia Regina Cavalcante Costa. - 2020
128 f.

Dissertação (Mestrado Acadêmico) - Universidade de Fortaleza. Programa de Mestrado Em Administração De Empresas, Fortaleza, 2020.

Orientação: Minelle Enéas da Silva.

1. Consumo sustentável. 2. Slow-fashion. 3. Teorias da prática social. 4. Dinâmica dos elementos da prática. I. Silva, Minelle Enéas da. II. Título.

MÁRCIA REGINA CAVALCANTE COSTA

**A DINÂMICA DOS ELEMENTOS DA PRÁTICA DE COMPARTILHAR PEÇAS
DO VESTUÁRIO NA CIDADE DE FORTALEZA-CE**

Dissertação julgada e aprovada para obtenção do título de Mestra em Administração de Empresas, outorgado pela Universidade de Fortaleza.

Área de Concentração: Fundamentos e Processos Estratégicos para a Sustentabilidade.

Linha de Pesquisa: Operações e Mercados.

Aprovada em: 28/02/2020

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Minelle Enéas da Silva
(Orientador/Universidade de Fortaleza - UNIFOR)

Profa. Dra. Márcia de Freitas Duarte
(Membro/Universidade de Fortaleza - UNIFOR)

Prof. Dr. Áurio Lúcio Leocádio da Silva
(Membro/Universidade Federal do Ceará - UFC)

AGRADECIMENTOS

A Deus e a todos aqueles que Ele colocou em meu caminho, pois cada um teve e tem uma função na construção da minha jornada de vida.

À minha família, em especial à minha mãe Beth e à minha irmã Ana Paula, pelo apoio incondicional em todos os momentos e circunstâncias, vocês são meu alicerce! Ao meu orientador, professor Minelle Silva por tudo: pelos ensinamentos, paciência e pela dedicação, fatores tão importantes nesse momento da minha vida. Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas da Universidade de Fortaleza (PPGA/UNIFOR), por dividirem conhecimentos e reflexões tão enriquecedoras. À Banca examinadora da qualificação, composta pela professora Márcia Duarte e pelo professor Áurio Lúcio Leocádio, pelas importantes contribuições. Aos professores Marina Dantas, Márcia Duarte e Minelle Silva, pelo grupo de estudos PSB (*Practice-Based Studies*), que foi fundamental à realização desse estudo. Aos amigos de caminhada no mestrado, em especial à Luciana, Neyliane, à Lia, Lívia e ao Pedro, que tornaram esse desafio um pouco mais leve e, às vezes, na medida do possível, até divertido. Por fim, a todos aqueles que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho, em especial, à Tainan e Pérola, pelo acesso ao objeto pesquisado.

COSTA, Márcia Regina Cavalcante. **A Dinâmica dos Elementos da Prática de Compartilhar Peças do Vestuário na Cidade de Fortaleza-CE.** 2020. 124 f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas (PPGA), Universidade de Fortaleza (UNIFOR), Fortaleza, 2020.

Perfil da autora: Graduada em Design de Moda pela Faculdade Católica do Ceará (UNBEC) e em Publicidade e Propaganda pela Universidade de Fortaleza (UNIFOR).

RESUMO

Na busca por uma sociedade mais sustentável, a adoção de novas políticas, bem como mudanças nos estilos de vida e consumo, vêm sendo constantemente debatidas. No segmento do vestuário, surge o *slow-fashion*, que é definido como uma corrente que busca promover uma visão holística sobre a criação de processos mais sustentáveis na cadeia de produção, abastecimento e na adoção de um consumo mais consciente. Como uma das estratégias alternativas para manter o uso de recurso e evitar o descarte acelerado de produtos, o *slow-fashion* aponta para o compartilhamento de peças do vestuário. Dessa maneira, na pesquisa que segue, o consumo de vestuário mediado pelo compartilhamento fora analisado sob a ótica das teorias da prática social. A abordagem das teorias da prática é a sociotécnica, proposta por Shove *et al.*(2012), que presume a existência da prática por meio de três elementos (materiais, competências e significados). Assim, apresenta-se como questão de pesquisa: **Como se configuram os elementos e a dinâmica de compartilhar peças do vestuário em Fortaleza-CE?** Partindo desta, o objetivo geral: **Compreender os elementos e a dinâmica da prática de compartilhar peças do vestuário em Fortaleza-CE.** Para atingir o objetivo proposto utilizou-se a pesquisa qualitativa, de caráter exploratório pelo método estudo de caso único. A coleta de dados deu-se por meio de grupo focal, entrevistas semi-estruturadas individuais e coletivas e observação não participante, realizadas com as empreendedoras e consumidoras/praticantes da loja de compartilhamento de peças do vestuário analisado, em Fortaleza-CE. Para a análise de dados, utilizou-se o método de análise de conteúdo, no qual se pode constatar a prática de compartilhar peças do vestuário na loja de compartilhamento analisada, seus significados mais expressivos são: internamente, a exclusividade e externamente, o consumo sustentável. A conclusão foi possível, mediante a identificação dos três elementos da prática, assim com por sua dinâmica. Dessa maneira, o presente estudo contribui com o desenvolvimento da pesquisa sobre consumo sustentável, por meio da prática de consumo de vestuário. Finalmente, o estudo também se constitui como uma ferramenta de contribuição gerencial ao passo que as informações, ora apresentadas, podem auxiliar em estratégias mais propositivas não só para o segmento de vestuário, mas a todos que trabalham com o compartilhamento como modalidade de comercialização.

Palavras-chave: Consumo sustentável. *Slow-fashion*. Teorias da prática social. Dinâmica dos elementos da prática.

COSTA, Márcia Regina Cavalcante. 2020. The Dynamics the Elements of the Practice of Sharing Pieces of Dressing Room in Fortaleza. 124 p. Dissertation (Master in Business Administration) – Graduate Program in Business Administration (PPGA), University of Fortaleza (UNIFOR), Fortaleza, 2020.

Author's profile: Graduated in Fashion Design from the Catholic University of Ceará (UNBEC) and in Advertising from the University of Fortaleza (UNIFOR).

ABSTRACT

In the search for a more sustainable society, the adoption of new policies, as well as changes in lifestyles and consumption, have been constantly debated. In the clothing segment, slow-fashion emerges, which is defined as a chain that seeks to promote a holistic view on the creation of more sustainable processes in the production, supply chain and the adoption of more conscious consumption. As one of the alternative strategies to maintain the use of resources and avoid the accelerated disposal of products, slow-fashion points to the sharing of garments. Thus, in the research that follows, the consumption of clothing mediated by sharing was analyzed from the perspective of theories of social practice. The approach to theories of practice is sociotechnics, proposed by Shove et al. (2012), which assumes the existence of practice through three elements (materials, skills and meanings). Thus, it presents itself as a research question: How are the elements and dynamics of sharing clothing pieces configured in Fortaleza-CE? Starting from this, the general objective: To understand the elements and the dynamics of the practice of sharing garments in Fortaleza-CE. To achieve the proposed objective, qualitative research was used, with an exploratory character by the single case study method. Data collection took place through a focus group, individual and collective semi-structured interviews and non-participant observation, carried out with the entrepreneurs and consumers / practitioners of the analyzed clothing pieces sharing store, in Fortaleza-CE. For data analysis, the content analysis method was used, in which it is possible to verify the practice of sharing clothes in the analyzed sharing store, its most expressive meanings are: internally, exclusivity and externally, sustainable consumption . The conclusion was possible, through the identification of the three elements of the practice, as well as by its dynamics. In this way, the present study contributes to the development of research on sustainable consumption, through the practice of clothing consumption. Finally, the study also constitutes a tool of managerial contribution whereas the information, presented here, can assist in more propositional strategies not only for the clothing segment, but for everyone who works with sharing as a marketing modality.

Keywords: Sustainable consumption. *Slow-fashion*. Theories of social practice. Dynamics of the elements of practice.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Tipologias de consumo	23
Figura 2 – Estratégias alternativas para manter o uso de recursos.....	28
Figura 3 – Os elementos da prática	39
Figura 4 – Proto-prática, prática e ex-prática.....	40
Figura 5 – Substituir práticas	41
Figura 6 – Mudando como as práticas se interligam	42
Figura 7 – Comportamento observável é apenas a ponta do iceberg	43
Figura 8 – Fluxograma do projeto de pesquisa	49
Figura 9 – Brechó e loja compartilhada.....	50
Figura 10 – Desenvolvimento de uma análise.....	57
Figura 11 – Os elementos da prática	58
Figura 12 – E-mail com prestação de contas mensal	67
Figura 13 – Etiqueta com códigos do compartilhamento consignado.....	69
Figura 14 – Etiquetas com códigos que não fazem parte do consignado	69
Figura 15 – Roupas de segunda mão comercializadas na loja compartilhada.....	72
Figura 16 – Painel com ambientação da loja compartilhada (detalhes: ambiente da praia de Iracema, adesivo “peças com história”, parede cor quente e discos de vinil)	72
Figura 17 – Painel com ambientação da loja compartilhada (detalhes: paredes com cores quentes, cantinho dos livros e plantas).....	74
Figura 18 – Dinâmica dos elementos da prática <i>Links</i> da prática sendo feitos	90
Figura 19 – Painel com produtos da rede de práticas apontados como sustentáveis em várias áreas de consumo: alimentação, cosméticos, higiene pessoal e fralda ecológica para bebê.....	94

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Perfil dos entrevistados.....	52
Quadro 2 – Informações sobre o grupo focal e entrevista coletiva	54
Quadro 3 – Informações sobre entrevistas	54
Quadro 5 – Critérios de validade e confiabilidade na pesquisa qualitativa	59
Quadro 6 – Visão de consumo sustentável na moda (praticantes/consumidoras e empreendedoras)	62
Quadro 7 – Elemento materiais: objetos e ferramentas	71
Quadro 8 – Elemento material: infraestrutura.....	74
Quadro 9 – Elemento competências: conhecimentos e habilidades incorporadas	77
Quadro 10 – Elemento competências correlatas: autoconhecimento corporal e habilidade de combinar peças	81
Quadro 11 – Elemento competências correlatas: cuidado com as peças e revitalização	81
Quadro 12 – Elemento significado: convenções culturais, expectativas e significados socialmente compartilhados.....	82
Quadro 13 – Elemento significado: convenções culturais, expectativas e significados socialmente compartilhados.....	86
Quadro 14 – Elementos da prática de compartilhar peças do vestuário.	86
Quadro 15 – Dinâmica entre os três elementos da prática	87
Quadro 16 – Dinâmica entre os três elementos da prática	89
Quadro 17 – Histórias de aproximação com peças usadas	91
Quadro 18 – Rede de práticas em duplo sentido: da moda para outros segmentos e de outros segmentos à moda	92

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CNDL	Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas
CNUMAD	Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento
MMA	Ministério do Meio Ambiente
ODS	Objetivo de Desenvolvimento Sustentável
ONU	Organização das Nações Unidas
PSB	<i>Practice-Based Studies</i>
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SPC	Serviço de Proteção ao Crédito
UNIETHOS	Sustentabilidade e Competitividade na Cadeia da Moda
WBCSD	<i>World Business Council For Sustainable Development</i>

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	Contextualização e problematização	10
1.2	Objetivos	15
1.2.1	Objetivo geral	15
1.2.2	Objetivos específicos	15
1.3	Justificativa	16
1.4	Estrutura do projeto	18
2	REFERENCIAL TEÓRICO	20
2.1	Consumo sustentável	20
2.2	Consumo colaborativo	29
2.3	Teorias da prática	32
2.3.1	Um panorama das linhas que norteiam os estudos baseados na prática	32
2.3.2	Orientação sociotécnica	38
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	46
3.1	Delineamento metodológico	47
3.2	Fluxograma metodológico	48
3.3	Objeto de pesquisa	49
3.4	Sujeitos da pesquisa	51
3.5	Procedimentos de coletas de dados	52
3.6	Procedimentos de análises de dados	56
3.7	Critérios de qualidade da pesquisa	58
3.8	Questões éticas	60
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS	62
4.1	Consumo sustentável no sistema de moda: visão a partir das praticantes/consumidoras e empreendedoras	62
4.2	A prática de compartilhar peças do vestuário: como se processa	64
4.3	Elementos da prática: materiais, significados e competências	67
4.3.1	Materiais: objetos, ferramentas e infraestruturas	71
4.3.2	Competências: conhecimentos e habilidades incorporadas	76
4.3.2.1	<i>Competências (habilidades correlatas)</i>	80

4.3.3	Significados: convenções culturais, expectativas e significados socialmente compartilhados.....	82
4.4	A dinâmica dos elementos da prática	87
4.4.1	Práticas de compartilhar peças do vestuário: contextos e histórias.....	90
4.5	Da prática à rede de práticas	92
4.6	Discussão de dados	62
5	CONCLUSÃO	100
5.1	Atendendo ao problema de pesquisa	100
5.2	Contribuições teóricas	103
5.3	Implicações práticas	103
5.4	Limitações da pesquisa	104
5.5	Recomendação para futuras pesquisas	104
	REFERÊNCIAS	106
	APÊNDICE A – CARTA DE APRESENTAÇÃO	116
	APÊNDICE B – TERMO DE AUTORIZAÇÃO	117
	APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA 1 (GESTORES DA LOJA COMPARTILHADA)	118
	APÊNDICE D – ROTEIRO DE GRUPO FOCAL E ENTREVISTA COLETIVA (PRATICANTES/CLIENTES)	120
	APÊNDICE E – ENTREVISTA INDIVIDUAL (PRATICANTES/CLIENTES)	122
	APÊNDICE F – ROTEIRO DA OBSERVAÇÃO NÃO PARTICIPANTE	124

1 INTRODUÇÃO

Há algumas décadas, vários estudos e iniciativas advindos da comunidade acadêmica, no contexto de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável vêm sendo tratados. Propostas voltadas aos temas estão sendo apresentadas e discutidas a fim de buscar novos caminhos que contribuam à construção de uma sociedade mais sustentável (SAHAKIAN; WILHITE, 2013; SILVA; FIGUEIREDO, 2017). Tais disposições são necessárias, tendo em vista que já se vivencia um cenário marcado por algumas crises ambientais. Então, adotar novas políticas, assim como mudanças nos estilos de vida e consumo, são medidas necessárias para a transformação da sociedade (RASKIN *et al.*, 2010).

Indo ao encontro dessa demanda, na indústria têxtil e do vestuário, novas alternativas de produção e consumo vêm sendo abordadas, uma vez que esses setores configuram-se como grandes produtores de impactos ambientais (LIU *et al.*, 2018). Segundo Niinimäki (2013), quanto à utilização de água em seus processos, essas indústrias só perdem para a agrícola. Ademais, também são responsáveis por liberar grandes quantidades de produtos químicos e tóxicos no meio ambiente. Um exemplo disso, são as fibras sintéticas presentes na fabricação do vestuário que, ao lavadas, desprendem grandes quantidades de microplásticos levados aos oceanos pelas redes de esgoto, comprometendo a vida marinha e, por conseguinte, a vida humana (CESA, 2017).

Em outras palavras, o crescimento continuado da indústria do vestuário coloca o segmento como um relevante contribuinte à crise ecológica, o que cria consequências negativas não só na esfera ambiental, mas também na social (ARMSTRONG; LA LEHEW, 2011; FLETCHER; GROSE, 2011). A relação estreita entre vestuário e consumo excessivo, isto é, o consumismo (BAUMAN, 2008), invariavelmente gera conflitos de interesses com as metas de sustentabilidade (FLETCHER, 2008). Dessa maneira, o surgimento de alternativas que promovam processos mais sustentáveis nesse segmento, como o compartilhamento de peças do vestuário, sugerido pelo *slow-fashion*, fazem parte de estratégias voltadas para manter o uso de recursos, por meio da diminuição do descarte de roupas (FLETCHER; GROSE, 2011).

Concomitante a isso, uma recente abordagem acerca da sustentabilidade aponta outros direcionamentos para os estudos sobre o consumo sustentável, ao deslocar o consumo e seus impactos, até agora vistos como produtos de mudanças comportamentais e como

consequência do determinismo das inovações tecnológicas, para consumo como resultado das práticas cotidianas. Surgem assim, as discussões sobre consumo sustentável sob a perspectiva dos estudos baseados nas teorias da prática, de abordagem sociotécnica (SAHAKIAN; WILHITE, 2010; SPURLING *et al.*, 2013).

A importância desse novo foco de análise está respaldada no entendimento de que, recursos naturais são consumidos como parte das práticas comuns que constituem o dia a dia das pessoas: lavar roupa, dirigir, cozinhar ou tomar banho (SHOVE *et al.*, 2012; SPURLING *et al.*, 2013), assim como em práticas sociais correntes em variados domínios de consumo: alimentação, mobilidade, habitação, viagem e vestuário (SPAARGAREN; OOSTERVEER, 2010). Dentro dessa concepção, na presente pesquisa, aborda-se o setor do vestuário, mediado pelo compartilhamento, como campo às análises da prática de consumo de vestuário e suas possíveis implicações para o consumo sustentável, sob a lente das teorias da prática, de abordagem sociotécnica.

1.1 Contextualização e problematização

Nas últimas décadas, o tema sustentabilidade tem movimentado as agendas de pesquisa e política, e os debates têm implicação direta na condução de políticas públicas e direitos humanos (ATKINSON *et al.*, 2007). Sobre a busca contínua pela promoção do desenvolvimento sustentável, a agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU) propõe um plano de ação que visa uma parceria colaborativa entre as nações, congregando líderes mundiais e autoridades locais. O foco é alinhar esforços comuns, com o intuito de promover as pessoas, o planeta e a prosperidade universal. Para tal, são elencados dezessete objetivos para a transformação do mundo. Todos estão interligados e enfatizam diferentes pontos importantes a serem trabalhados (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS NO BRASIL, 2015).

O Objetivo de Desenvolvimento Sustentável de Número Doze (ODS 12), que tem relação com o tema abordado nesse estudo, indica a necessidade de assegurar padrões de produção e consumo mais sustentáveis, como pontos indispensáveis ao desenvolvimento sustentável. Dentre as várias metas traçadas com esta finalidade, estão: alcançar a gestão sustentável e o uso eficiente dos recursos naturais; reduzir, pela metade, o desperdício de alimentos per capita mundial; alcançar o manejo ambientalmente saudável dos produtos químicos e todos os resíduos; e, reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da

prevenção, redução, reciclagem e reuso (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS NO BRASIL, 2015). Outras questões abordadas no ODS 12 são: a gestão coordenada, a transparência e a responsabilização dos atores consumidores de recursos naturais como meio à conquista de padrões mais sustentáveis de produção e consumo (MMA, 2015).

A transição para o consumo sustentável é uma das premissas fundamentais para o desenvolvimento sustentável, pois não há como se chegar ao segundo, sem passar pelo primeiro (SARTORI *et al.*, 2014; SILVA *et al.*, 2013). Dessa maneira, a crescente discussão sobre as questões ambientais, abrange e amplia, além dos processos produtivos sustentáveis, o consumo sustentável (AZEVEDO *et al.*, 2018). O princípio fundamental para abordar essa temática é a inter-relação social, pois, o consumo sustentável é definido como um padrão de consumo que decorre da ação conjugada pelos diferentes atores sociais, tendo como objetivo comum, um novo modelo de desenvolvimento que seja sustentável (MICHAELIS, 2003; SILVA *et al.*, 2012; SILVA; CÂNDIDO, 2014).

A demanda pelo consumo sustentável vem em decorrência da constatação que o padrão atual de consumo é insustentável, causando não só a degradação ambiental, mas também a pobreza (MMA, 2015). Assim sendo, a cultura do consumo decursivo do paradigma de desenvolvimento dominante, centrada apenas no fator econômico, passou a ser um ponto combatido, em função dos indicadores de sustentabilidade (OLIVEIRA *et al.*, 2016). No consumo sustentável, a visão norteadora é o interesse coletivo, e tal direcionamento o apresenta como um consumo mais responsável, que atenta para as questões ambientais e sociais que o circundam (MICHAELIS, 2000; PORTILHO, 2005). Portanto, ao sugerir estilo de vida e consumo mais sustentáveis, observa-se o retorno de uma discussão antiga sobre a questão do consumo, ao propor um deslocamento da visão individual para o interesse coletivo (MICHAELIS, 2000).

Essa busca pelo coletivo, aventado pelo consumo sustentável, é um contraponto direto ao praticado pelo paradigma da sociedade de consumo, que vende a ideia da liberdade individual de escolha como caminho à construção da identidade. Esta última caracteriza-se como uma das metas mais almejadas na modernidade e, na tentativa de conquistá-la, o indivíduo acaba por transformar sua vida em uma eterna procura pelo “tornar-se”, condição essa que nunca será alcançada, levando-o a consumir sempre mais (BAUMAN, 2008).

Essa conjuntura provocou uma mudança nos padrões de identidades que anteriormente era de cidadãos (com a ênfase no coletivo) e agora é de indivíduos/consumidores (BOUNDY, 2000; BAUMAN, 2008). À vista disso, o ato de consumo e seus significados são tidos como registros de identidades, que representam como as pessoas se relacionam entre si e como elas

constroem o mundo, quer dizer, consumir é um ato social (AMARO, 2014). O consumo em excesso, ou seja, o consumismo (BAUMAN, 2008), é a característica mais acentuada da sociedade contemporânea, sendo responsável pela identidade consumista que afasta o indivíduo da preocupação com a integridade dos ecossistemas e do senso de coletividade (PORTILHO, 2005; SILVA; GÓMEZ, 2011).

Nessa conjuntura, por compreender que o consumo excessivo, assim como a cultura baseada no desperdício devem ser combatidos, novos caminhos são aventados para atender às novas demandas por consumos mais sustentáveis (PETRINI *et al.*, 2017). Atento a essas questões requeridas em função da sustentabilidade, no âmbito da produção e consumo de vestuário, surge o *slow-fashion*. Ele é definido como uma alternativa ao sistema dominante de moda, pautado em princípios éticos e sustentáveis (FLETCHER, 2007), que objetiva a proteção e o bem-estar de trabalhadores, consumidores e do meio ambiente. O *slow-fashion* preconiza entre outras iniciativas, a diminuição do consumo e da descartabilidade dos produtos (ERTEKIN; ATIK, 2015), por meio de alternativas para manter o uso de recursos (FLETCHER; GROSE, 2011).

Uma dessas alternativas ocorre pelo compartilhamento de peças de vestuário (FLETCHER; GROSE, 2011). Pedroso (2017) define esse modelo de consumo como uma espécie de brechó 2.0. Ele consiste na locação mensal de peças de vestuário, ou seja, a proposta é prestar serviços compartilhados tipo Netflix e Airbnb, só que no segmento de moda (PEDROSO, 2017; AKATU, 2017). Há também outro sistema de compartilhamento em que não existe estoque de mercadoria, nem assinatura de peças. Nele, as usuárias expõem e alugam suas peças por site (AKATU, 2017). Em alguns empreendimentos também é oferecido o serviço de *stylist*, para ajudar as clientes a montar coleções-cápsulas. Tais coleções têm a finalidade de produzir várias combinações de looks, utilizando poucas peças de vestuário (PEDROSO, 2017).

Além da locação de peças de vestuário por assinatura ou não, e das coleções-cápsulas, também é possível encontrar, nos empreendimentos de compartilhamento, o serviço de malas de viagem/ final de semana, com a proposta de oferecer peças de vestuário selecionadas de acordo com o destino do cliente, evitando, dessa maneira, que o mesmo compre peças de vestuário que ele provavelmente usará somente na viagem (AKATU, 2017). Algumas iniciativas de consumo consciente, como o compartilhamento de peças, surgiram recentemente no Brasil, elas visam à redução do descarte acelerado de produtos e, por conseguinte, a menor utilização de recursos naturais, uma vez que todas as roupas causam impactos ao meio ambiente. (AKATU, 2017).

Nesse cenário de iniciativas que militam em favor da sustentabilidade, emerge o consumo colaborativo, como parte da economia compartilhada (PETRINE *et al.*, 2017). O consumo colaborativo, que se configura como uma nova e promissora modalidade de negócio (SILVEIRA *et al.*, 2016), se processa por meio do compartilhamento que pode ser pela troca, empréstimo ou aluguel. O consumo compartilhado, portanto, desponta como uma provável saída ao desperdício dos recursos. Há também a possibilidade do compartilhamento que possibilita aos consumidores, o acesso a produtos e serviços por meio da experiência de tê-los temporariamente, descartando a propriedade do produto (BOTSMAN; ROGER, 2011; BARDHI; ECKHARDT, 2012). O rápido desenvolvimento do consumo compartilhado é atribuído a sua interface com a internet. Todavia, o consumo colaborativo não se dá apenas por meio da rede (ROHDEM *et al.*, 2015).

Iniciativas como o consumo colaborativo são uma amostra de que a sustentabilidade, pautada pelo consumo sustentável, está na ordem do dia. Seguindo a linha desse entendimento, Shove *et al.*, (2012) abordaram uma nova perspectiva acerca do consumo, que passa a ser analisado pela compreensão das dinâmicas das práticas sociais que compõem, perpassam e, dessa maneira, constroem a vida cotidiana (SHOVE; PANTZAR, 2005; SHOVE *et al.*, 2012; SURLING, *et al.*, 2013; NICOLINI, 2017; SCHATZKI, 2019). À vista disso, entender como as práticas realizadas no dia a dia se desenvolvem, se estabelecem e, principalmente, como elas mudam e que consequências essas alterações acarretam ao consumo, são as contribuições dessa abordagem que tem despertado interesse na comunidade científica, por apresentar novos caminhos que contribuam à sustentabilidade (GHERARDI, 2009; HARGREAVES, 2011; SAHAKIAN; WILHITE, 2013; SHOVE; PANTZAR, 2005; SPURLING, *et al.*, 2013).

Por perceber que a vida social está em contínua produção (SCHATZKI, 2001; 2019; FELDMAN; ORLIKOWKI, 2011; FELDMAN, 2016), e que são consumidos recursos naturais como parte das práticas que compõem o cotidiano, dá-se a relevância de investigar a prática, assim como seus mecanismos de mudanças. Compreender como se processam as dinâmicas nas práticas de consumo, possibilita um novo direcionamento para políticas de práticas de consumo mais sustentáveis (SAHAKIAN; WILHITE, 2013, SHOVE, 2010; SPURLING *et al.*, 2013). Como consequência disso, verifica-se que materializar as teorias sociais acerca das práticas é importante porque elas ocorrem ontologicamente antes da ação, portanto, são elas que orientam o curso do consumo (WARDE, 2005). Dessa maneira, a nova perspectiva das teorias da prática, que se configura como uma visão alternativa à dominante centra o foco dos estudos na prática, ao invés de pesquisar o comportamento individual e as

inovações tecnológicas (SAHAKIAN; WILHITE, 2013, SHOVE, 2010; SPURLING *et al.*, 2013).

Como fora mencionado, a vida está em constante mudança que se processa no decorrer do tempo (história) e espaço (contexto) (RECKWITZ, 2002a; SHOVE, 2007; 2010; FELDMAN; ORLIKOWSKI, 2011; SAHAKIAN; WILHITE, 2013; FELDMAN, 2016; SCHATZKI, 2019). Logo, a relação tempo-espaço é uma questão fundamental no estudo das teorias da prática (GERARDI, 2009; SAHAKIAN; WILHITE, 2013; SHOVE; PANTZAR, 2005). Outro ponto importante é que práticas são formadas e reformadas por fatores históricos, isto é, uma prática sempre terá informações de práticas anteriores (BOURDIEU, 1983; SAHAKIAN; WILHITE, 2013; SILVA; FIGUEIREDO, 2017). A compreensão dessas particularidades fornece indicativos para que se possa assimilar como as práticas mudam e como elas podem ser feitas pra mudar (SAHAKIAN; WILHITE, 2013).

Na abordagem sociotécnica, a prática só se realiza pela integração ativa entre três elementos: materiais (objetos, ferramentas, infraestrutura), competências (conhecimentos e habilidades incorporadas) e significados (convenções culturais, expectativas e significados socialmente compartilhados). Na ausência deles, não há prática (SHOVE; PANTZAR, 2005; SHOVE *et al.*, 2012; SPURLING *et al.*, 2013). Então, a nova visão proposta pelas teorias das práticas sociais passa a equacionar o papel das agências humana e dos objetos (infraestrutura tecnológica, dos objetos e mundo material), em um movimento interdependente (SPAARGAREN; OOSTERVEER, 2010) e inerente à construção da vida e dos fenômenos sociais, tendo em vista que esses são constituídos exatamente por práticas (SPURLING *et al.*, 2013; NICOLINE, 2017; SCHATZKI, 2019).

A nova perspectiva, acerca das práticas sociais, vai ao encontro de alternativas que apontem caminhos mais assertivos às políticas de sustentabilidade (SPURLING *et al.*, 2013), uma vez que já é possível verificar uma conjuntura marcada pela degradação ambiental (ASSADOURIAN, 2015). Portanto, possibilidades para minimizar os impactos humanos na natureza e nas relações sociais vêm sendo constantemente levantados e pesquisados. Indo ao encontro desse panorama, sob a ótica das teorias da prática social, o presente estudo busca responder à seguinte questão: Como se configuram os elementos e a dinâmica de compartilhar peças do vestuário em Fortaleza-CE?

Vale ressaltar que, a dinâmica dos elementos que as constituem (materiais, competências e significados) (SHOVE; PANTAZAR, 2005; SHOVE *et al.*, 2012; SPURLING *et al.*, 2013), já foi ilustrada em diversas pesquisas que têm como foco a análise da inovação de práticas sociais em diferentes domínios de consumo (SPAARGAREM;

OOSTEEVEER, 2011). Um exemplo é a caminhada nórdica, onde se observou que a inserção de novos significados associados a materiais e competências já conhecidas, ressignificou a prática de caminhar com bengalas, na Finlândia. Segundo Shove e Pantzar (2005), anteriormente vistas como sinônimo de debilidade física, as bengalas, ou melhor, o andar com bengalas, ganhou significados relacionados à diversão e ao prazer.

O exemplo da prática de caminhada nórdica aponta que uma nova prática foi instaurada (mesmo que, com habilidades sociais e físicas já consagradas) à medida que foram formados links/elos entre prazer e bengalas. Além disso, e simultâneo a isso, os antigos links/elos relacionando bengalas e desprazer, foram quebrados (SHOVE; PANTZAR, 2005). Isso indica, para Shove *et al.*, (2012), que as práticas são transformadas quando arranjos com elementos novos, ou já existentes, surgem ou desaparecem, em função da formação ou quebra de links entre os elementos.

Dito isso, observa-se, no contexto dos estudos relacionados às teorias da prática, a centralidade em compreender e identificar os elementos que compõem uma prática, assim como os seus processos históricos de conexão e desconexão entre os elementos e, por conseguinte, entre as práticas (SHOVE *et al.*, 2012). Portanto, nessa pesquisa, o cerne da discussão são os elementos da prática e sua dinâmica, em uma loja compartilhada de peças do vestuário, na cidade de Fortaleza-CE.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Compreender os elementos e a dinâmica da prática de compartilhar peças do vestuário em Fortaleza-CE.

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Analisar os significados atribuídos à adoção da prática de compartilhar de peças de vestuário;
- b) Identificar os materiais que constituem a prática de compartilhar peças de vestuário;
- c) Destacar as competências/conhecimentos desempenhadas na prática de compartilhar peças do vestuário;

- d) Compreender os *links* entre os elementos da prática de compartilhar peças do vestuário em Fortaleza-CE.

1.3 Justificativa

Em função da busca por novas alternativas que promovam a sustentabilidade, tem-se observado um crescente interesse pelo consumo sustentável (OLIVEIRA *et al.*, 2016; SAHAKIAN; WILHIDE, 2013; SPURLING *et al.*, 2013). Convergente a essa demanda, as teorias da prática social vêm sendo apontadas como uma nova perspectiva para estudar o consumo. O intuito é explicar como as práticas que permeiam a vida cotidiana desenvolvem-se, estabelecem-se e como elas mudam, e quais as suas consequências para o consumo (SHOVE; PANTZAR 2005; WARDE, 2005; SHOVE *et al.*, 2012). Então, ao lançar mão das teorias da prática social, sob a ótica sociotécnica, abordada por Shove *et al.* (2012), a presente pesquisa objetiva identificar os ingredientes que constituem a prática e como ela se processa no contexto de compartilhamento de peças do vestuário em Fortaleza-CE.

Embora seja um fenômeno recente, a economia compartilhada vem crescendo e despontando como um modelo de negócio promissor. Existe espalhadas pelo mundo, uma variedade de iniciativas e práticas que se configuram como consumo colaborativo, são algumas delas: *eBay*, *Uber*, *Airbnb*, *Freecycle* e *CouchSurfing* (SILVEIRA *et al.*, 2016). No Brasil, em 2018, uma pesquisa intitulada Economia Compartilhada, realizada pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), demonstrou que o consumo colaborativo tem despertado crescente interesse entre os brasileiros (CNDL; SPC BRASIL, 2018).

A pesquisa apontou que 89% dos brasileiros já experimentaram alguma modalidade de consumo colaborativo e ficaram satisfeitos com a experiência. De acordo com o levantamento, nas modalidades de consumo colaborativo mais utilizadas, o item aluguel e/ou compartilhamento de roupas (33%) está terceiro lugar. Lideram o ranking, as caronas para local de trabalho, faculdades ou viagens (41%) e o aluguel de casas, apartamentos ou quartos para pequenas temporadas (38%). As principais vantagens apontadas à prática do consumo colaborativo foram: oportunidade de economizar (44%), evitar o desperdício (44%), diminuir o consumo excessivo (42%) e contribuir para preservação do meio ambiente (38%) (CNDL; SPC BRASIL, 2018).

Frente aos números expostos por pesquisas no Brasil, verifica-se que o compartilhamento, como modalidade de comercialização de produtos e serviços, mesmo

sendo uma prática relativamente nova, já dá indícios promissores quanto à mudança para um novo padrão de consumo em favor da sustentabilidade. Contudo, ainda serão necessárias mais discussões sobre a temática, com a finalidade de tornar suas características mais perceptíveis, para captar as suas nuances, possibilidades e potencialidades.

Como contribuição teórica, o estudo visa promover uma discussão acerca do consumo de peças do vestuário, por meio do compartilhamento, sob a lente das teorias da prática, na visão sociotécnica. Esse é um estudo bem recente, tal constatação foi evidenciada pelo fato de não se encontrar muitas pesquisas que abordem conjuntamente os temas. Entretanto, por serem abordagens teóricas alternativas ao *mainstream*, propostas com o intuito de apontar estratégias mais eficientes para promover o consumo sustentável, portado, à sustentabilidade, carecem ser exaustivamente estudadas e debatidas. Posto isso, entende-se que o estudo, ao promover a junção das teorias abordadas, pode fornecer uma contribuição significativa à academia, por explorar uma perspectiva teórica e empírica sobre consumo sustentável ainda pouco ou não estudada.

A pesquisa em questão aborda especificamente a prática de compartilhar peças do vestuário. Porém, a sua contribuição gerencial pode oportunizar um maior entendimento sobre a temática compartilhar, de maneira abrangente, não somente para o segmento vestuário. Então, proporcionar uma visão mais holística a todos àqueles que desejam trabalhar com essa modalidade de comercialização de produtos e serviços é vislumbrada como uma potencial contribuição gerencial. Para os empreendimentos que já atuam com a prática de compartilhar peças do vestuário, a possível contribuição seria sistematizar a compreensão dos elementos da prática, para possibilitar que os empreendedores, possam, por exemplo, trabalhar melhor os significados da prática de compartilhar, alinhando-os a uma estratégia de negócio.

A escolha do objeto de pesquisa, loja de compartilhamento de peças do vestuário, deu-se em função deste se caracterizar como um tipo de empreendimento que surge com a proposta de oferecer, para o segmento de vestuário, uma opção de consumo sustentável ao prolongar a vida útil dos produtos. Tendo em vista que, segundo Fletcher e Glose (2011), atualmente esse segmento é responsável por grandes impactos ambientais, causados pela descartabilidade dos produtos e pela grande utilização de recursos naturais, em consequência do encurtamento do ciclo de vida dos produtos.

1.4 Estrutura da dissertação

A fim de propiciar melhor compreensão sobre o projeto, o estudo será estruturado em seções: (1) introdução, (2) referencial teórico, (3) procedimentos metodológicos, (4) apresentação de resultados e discussão e (5) conclusões da pesquisa.

Posterior ao tópico de introdução seguem os referenciais teóricos que têm a função de balizar conceitualmente toda a pesquisa. O primeiro referencial é o consumo sustentável, ele norteia o desenvolvimento do estudo e é, em primeira instância, o objetivo do mesmo. Como a pesquisa em questão centra no consumo sustentável, por meio do consumo de vestuário, o referido referencial percorre o sistema de produção e consumo de moda vigente e, em seguida, o sistema alternativo. O primeiro é o *fast-fashion* com suas características preponderantes, como altos os índices de poluição ambiental e os impactos negativos causados ao meio social. O segundo é o *slow-fashion* com sua proposta para tentar diminuir a distância entre a indústria da moda e a sustentabilidade, pela promoção de produção e consumo mais conscientes. O segundo referencial é o consumo colaborativo, na pesquisa em questão, ele é o mediador utilizado para análise do consumo de vestuário. Nesse referencial, há a teorização sobre o tema, abrangendo também uma discussão acerca dessa nova perspectiva de negócio que tem fomentado iniciativas vistas como de consumo mais sustentável. O último referencial está dividido em duas subseções: na primeira, as teorias da prática social serão elencadas com suas características e conceitos, diferenças e pontos em comum. Toda essa trajetória é importante para que a teoria da prática, na visão sociotécnica, discutida na segunda subseção, proposta por Schatzki (2001) e abordada, dentre outros, por Shove *et al.* (2012), seja melhor compreendida. A visão sociotécnica foi escolhida por propor uma nova linha de pesquisa, por meio das práticas sociais, associada aos estudos sobre o consumo sustentável.

A etapa seguinte é o tópico de procedimentos metodológicos que se constitui como um estudo desenvolvido pelo passo a passo necessário para a obtenção dos objetivos propostos na pesquisa. Essa etapa é composta pelos seguintes subtópicos: delineamento metodológico, objeto de pesquisa, sujeitos da pesquisa, procedimentos de coletas de dados, procedimentos de análises de dados, critérios de qualidade da pesquisa e questões éticas.

Na penúltima etapa da pesquisa, a apresentação de resultados e discussão, são elencadas as principais descobertas sobre o tema estudado para, a posteriori, serem realizadas análises que respondem às questões levantadas na pesquisa. O foco do capítulo está na identificação e compreensão acerca dos elementos da prática e sua dinâmica. Dessa maneira, é possível

designar os elementos que constituem a prática de compartilhar peças do vestuário na cidade de Fortaleza-CE, com o intuito de entender essa prática e suas possíveis contribuições à sustentabilidade. E, por fim, segue a conclusão da pesquisa, onde é feito um apanhado geral do estudo reunindo: as descobertas mais relevantes, o resultado da pesquisa e os objetivos, as limitações e as recomendações para estudos posteriores.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A seção que segue apresenta o referencial teórico utilizado para fundamentar e balizar o estudo em questão. As subseções do referencial contemplam os seguintes temas: o consumo sustentável, que abrange os sistemas de moda *fast-fashion* e *slow-fashion* com suas características e implicações à sustentabilidade; o consumo colaborativo como mediador para o compartilhamento de moda; e, as teorias da prática social, com ênfase na visão sociotécnica, como lente teórica para análise da pesquisa.

2.1 Consumo sustentável

Ao logo das últimas décadas, grandes mobilizações e debates acerca da crise ambiental permearam as agendas da comunidade científica, do poder público e dos ambientalistas. Até a década de 1970, os países em desenvolvimento e seu expansionismo demográfico foram acusados como os promotores da degradação ambiental. Entretanto, na Conferência de Estocolmo, em 1972, esse discurso mudou e os países desenvolvidos e seus padrões de produção, passaram a ser tidos como os motivadores da crise (PORTILHO, 2005). Mas, a partir da Rio 92, uma nova perspectiva sobre a temática entrou em pauta, evidenciando que a crise ambiental é resultado do estilos de vida e consumo dos países desenvolvidos (LAGO, 2013; PORTILHO, 2005; SILVA; CÂNDIDO, 2014).

A Agenda 21, documento criado na Rio 92, durante a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), apontou, dentre outras ações, a necessidade da adoção de um novo padrão de consumo, com o objetivo de viabilizar o desenvolvimento sustentável. Tendo em vista que, os padrões atuais são insustentáveis e produzem de maneira indissociada a degradação ambiental e a pobreza (CORTEZ, 2009; MMA, 2015; OLIVEIRA *et al.*, 2016; SILVA; CANDIDO, 2014). O consumo é uma característica inerente à espécie humana, é um fenômeno com raízes tão antigas quanto os seres vivos. Toda a história do homem é moldada pela atividade de consumo que, ao longo dos tempos, vem se modificando, gerando novas formas de vida e novos padrões de relações inter-humanas (BAUMAN, 2008).

No século XVI, por exemplo, a ética puritana weberiana dominava a conduta humana orientando, dentre outras coisas, um consumo racional, baseado na realização das necessidades fisiológicas ou culturais. O ditame era poupar, ou seja, nada de gastos com supérfluos e prazeres efêmeros (BOSCH, 1997; MOEBUS, 2007). No final do século XVIII,

a ideia de estabilidade e durabilidade, que até então caracterizavam as práticas de consumo, cede lugar à volatilidade. Do consumo racionalizado, orientado por bases econômicas e objetivas, isto é, contrário ao desperdício; ao consumo regido por bases culturais arregimentados por valores (MOEBUS, 2007). Esse deslocamento registra as práticas de consumo que caracterizam o consumismo moderno (BAUMAN, 2008; MOEBUS, 2007).

Na sociedade contemporânea, cunhada por “sociedade de consumo” (BAUDRILLARD, 1995; BAUMAN, 2008), o ato de consumir passa a ser o elemento central da vida social e a força motriz do novo paradigma desenvolvimentista, em detrimento da produção que caracterizava e fornecia sentido existencial aos membros da sociedade anterior (BAUDRILLARD, 1995; BAUMAN, 2001; PORTILHO, 2005; GAIÃO *et al.*, 2012). Vale uma ressalva, tanto na sociedade de produtores, quanto na de consumidores, houve e há a produção para o consumo, a questão está na ênfase e prioridades (BAUMAN, 1998). Se na sociedade de produtores a economia era regida pelo trabalho, e seus valores norteadores eram a segurança, a durabilidade e a padronização e rotinização dos comportamentos individuais; na sociedade de consumidores, o consumo passou a dar sentido à vida cada vez mais pautada nos desejos incessantes, na efemeridade (BAUMAN, 2008).

A realização dos desejos que conduzem à satisfação e, por conseguinte, à felicidade, é possibilitado por meio da produção dos signos, objetos e serviços, e do prazer que esses mediadores proporcionam ao indivíduo, tudo isso potencializado pela comunicação de massa (BAUDRILLARD, 1995; ASSADOURIAN, 2015). Dessa maneira, e com o foco na expansão das necessidades, há uma reordenação na produção e consumo de massa, que passam a ser regidos sob a lei da obsolescência e da sedução (LIPOVETSKY, 2009). Toda essa conjuntura, associada à estratégia de segmentação de mercados e a diversificação de produtos resultou no estágio mais proeminente do consumo, o hiperconsumo. A questão é que, em meio ao aumento do consumo, o indivíduo vive uma felicidade paradoxal, ao passo que tal prática, promotora do prazer instantâneo e fugaz, se caracteriza como insustentável (LIPOVETSKY, 2008). Além disso, a grande oferta de novos produtos acaba, na verdade, gerando uma “alegria duvidosa”, uma vez que a incerteza da escolha certa, via de regra, é uma realidade constante ao indivíduo (BAUMAN, 2001).

Em meio a esse cenário caracterizado pelo consumo exagerado, criado pela promoção do modo de vida insustentável que se espalhou pelo mundo, urge a necessidade de um redirecionamento nos nossos sistemas culturais, com o objetivo de propiciar a mudança da sociedade de consumismo para a sustentabilidade (ASSADOURIAN, 2015; SAHAKIAN, WILHITE, 2013). Tal medida está alicerçada no entendimento de que, se permanecer com os

padrões atuais de consumo, a sociedade humana não terá como se manter estável em níveis atuais, ou maiores, de população. (ASSADOURIAN, 2015). Além disso, por intencionar a construção de uma sociedade mais sustentável, juntamente com as buscas por processos produtivos mais sustentáveis (AZEVEDO *et al.*, 2018), surgem as críticas aos estilos de vida e ao consumismo, uma vez que esses são vistos como os causadores da crise ambiental (GOMEZ, 2009; OLIVEIRA *et al.*, 2016).

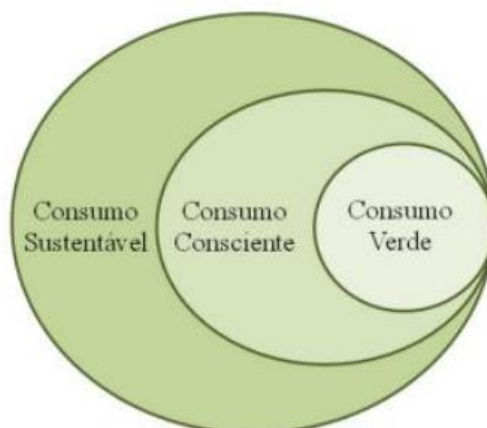
O modelo promotor do consumismo está alicerçado na liberdade individual que, acima de tudo, proporciona a liberdade de ser diferente, ou seja, de ter identidade, e essa identidade é construída pelo consumo (BAUMAN, 2001). Dessa maneira, para que haja uma mudança nos padrões insustentáveis de consumo, para um consumo mais sustentável, é necessário que essa conjuntura baseada no indivíduo seja alterada para uma perspectiva mais voltada para a coletividade (MICHAELIS, 2000; PORTILHO, 2005; SILVA; CÂNDIDO, 2014). Essa alteração na conduta dos consumidores, e da sociedade em geral, vislumbra a promoção do consumo sustentável, que é um consumo pautado na utilização dos recursos naturais, mas sem comprometer as necessidades e aspirações das gerações futuras (GOMES, 2006).

Posto isso, o consumo sustentável é definido como sendo um padrão de consumo que resulta da ação conjunta de diversos atores sociais (governo, empresas e sociedade), objetivando um novo modelo de desenvolvimento que seja sustentável (SILVA; CÂNDIDO, 2014). Dentro desse panorama, ao abordar essa temática, os diversos atores sociais devem ser analisados em seus respectivos papéis, capacidades e influências acerca do consumo, e não somente os consumidores (AZEVEDO *et al.*, 2018). Entretanto, é válido frisar que o governo desempenha um papel vital à adoção de um novo padrão de consumo, ao desenvolver políticas públicas que direcionam empresas e sociedade à produção e consumo mais sustentáveis (SILVA; GÓMEZ, 2011; WBCSD, 2008).

Os estudos que relacionam consumo à questão da sustentabilidade, sempre centraram suas discussões na preservação do meio ambiente. Desse modo, o tema do impacto ambiental do consumo foi definido inicialmente sob o entendimento de “consumo verde”, ampliando-se posteriormente para “consumo sustentável” (PORTILHO, 2005; SILVA *et al.*, 2013; AZEVEDO *et al.*, 2018). No consumo verde o consumidor define suas escolhas pautadas não somente no preço/consumo, mas também no fator ambiental, optando por produtos que não agridam o meio ambiente, tal escolha, trata-se de uma postura individual. O consumo consciente expande a visão do consumo verde ao englobar na sua decisão de compra fatores relacionados à produção, distribuição e venda dos produtos. O consumo sustentável, por sua

vez, nasce com a perspectiva mais abrangente, enfatizando ações coletivas, assim como mudanças políticas e institucionais (PORTILHO, 2005; SILVA *et al.*, 2013).

Figura 1– Tipologias de consumo



Fonte: Silva (2011, p. 32).

Assim, o consumo sustentável representa, conforme ilustrado na Figura 1, o nível mais alto na hierarquização, entre as práticas regidas por perspectivas responsáveis de consumo, englobando os consumos consciente e verde (SILVA *et al.*, 2013; AZEVEDO *et. al.*, 2018). É válido ressaltar que, a transição para o consumo sustentável é uma das premissas indispensáveis para o desenvolvimento sustentável (SARTORI *et al.*, 2014; SILVA *et al.*, 2013). Em meio a esse contexto, que busca promover o desenvolvimento sustentável, ou seja, o crescimento econômico atrelado à sustentabilidade ambiental e social faz-se necessário a adesão de vários setores para que em conjunto, seja possível oferecer resultados significativos à sociedade e ao meio ambiente. Convergente a essa demanda, segundo Fletcher e Grose (2011), surge um novo paradigma para produção e consumo de moda: o *slow-fashion* que faz um contraponto direto ao *fast-fashion*, o sistema de moda dominante.

Nos últimos anos, o modelo de produção e consumo denominado *fast-fashion* se tornou o grande propulsor da indústria do vestuário e têxtil. É possível afirmar que, na era *fast-fashion*, a produção atingiu seu volume máximo, gerando também os mais altos índices de descartabilidade dos produtos (FLETCHER; GROSE, 2011). O aumento da produção e consumo, característicos do sistema *fast-fashion*, é provocado pela redução dos ciclos de coleções de moda e pela criação contínua de desejo por novos produtos, tais medidas encurtam drasticamente a vida útil das peças de vestuário (NIINIMÄKI; HASSI, 2011).

A obsolescência, que é uma maneira de influenciar tanto a oferta como a demanda de produtos por meio da percepção criada acerca da utilidade dos mesmos, tem contribuição significativa na promoção do consumo acelerado. Na moda, a obsolescência classificada como psicológica promove tanto o encurtamento da vida útil das peças, que são feitas com

matéria-primas de baixa qualidade; quanto cria a peça de vida útil curta, que acaba tendo como destino o guarda-roupa, isso em função de ser considerada com estética ultrapassada em um curto intervalo de tempo (FLETCHER, 2012).

A popularização do *fast-fashion* e o crescimento da classe média foram outros pontos significativos à alavancagem da produção e consumo, nas últimas décadas. A produção de vestuário praticamente dobrou em quinze anos, e menos de 1% do material empregado na confecção das peças é reciclado e transformado em outras peças, tal prática contribui consideravelmente para o crescimento da poluição mundial. O reflexo dessa conduta na indústria têxtil é o gasto de 93 bilhões de metros cúbicos de água, por ano. Na produção do vestuário, essa prática provoca a emissão anual de 1,2 bilhão de toneladas de gases que geram o efeito estufa (ELLEN MACARTHUR FOUNDATION, 2017).

Grandes marcas varejistas que adotaram o modelo produção *fast-fashion*, como Inditex (Zara) e H&M, alcançaram rápido crescimento encurtando o tempo de produção por meio da gestão da cadeia de suprimentos, associada a técnicas de merchandising e tecnologias de varejo. As vantagens competitivas geradas por esse mix de fatores tornaram os empreendimentos do *fast-fashion* em negócios altamente lucrativos (KIM *et al.*, 2012). O baixo preço dos produtos, associado à volatilidade das peças que são regidas por novas tendências lançadas em espaços cada vez mais curtos de tempo, são outros fatores importantes para o sucesso desse sistema (FLETCHER, 2010; NIINIMÄKI; HASSI, 2011).

A gestão da cadeia de suprimentos é de suma importância para a ampliação de mercado das marcas que aderiram ao modelo *fast-fashion*, e dentre as estratégias que propiciaram a expansão desse sistema, a realização de parcerias locais tem destaque: o produtor local simplifica a logística do negócio, reduzindo tempo de transporte da mercadoria, por conseguinte, gera agilidade à distribuição. As parcerias se estendem por toda a cadeia têxtil, já que a demanda por insumos também é crescente (CIETTA, 2012). A indústria do vestuário é altamente globalizada, comumente as roupas são projetadas em um país, mas fabricadas em outros países que ofereçam produção mais barata, e são vendidas no mundo todo (FUNDAÇÃO ELLEN MACARTHUR, 2017). Dessa maneira, o sucesso das empresas globais de *fast-fashion*, dá-se, em grande parte, pelo envolvimento com o local (CIETTA, 2012).

O problema é que, na busca por preços cada vez mais competitivos, os produtores locais acabam envolvidos numa dinâmica negativa, onde uns são lançados contra os outros, gerando uma economia de competição (FLETCHER; GROSE, 2011). Outro ponto importantíssimo, também em função da minimização de custos, está relacionado aos baixos salários, as

condições de trabalho insalubres e, desse modo, a má qualidade de vida dos trabalhadores (JUNG; JIN, 2016). Resultado, no *fast-fashion* o encurtamento de tempo gerado pela produção e consumo rápidos, propiciam práticas que compelem pessoas e recursos naturais para além dos limites suportáveis (FLETCHER; GROSE 2011).

Na contramão de todo esse movimento, que acelera a velocidade de produção, encurta o ciclo de vida dos itens de vestuário e promove consequências insustentáveis ao planeta, surge o *slow-fashion* com enfoque na desaceleração do ciclo de produção e consumo (FLETCHER, 2008; JUNG; JIN, 2016). Tais premissas estão alicerçadas tanto na maior conscientização dos produtores, no que se refere às questões ambientais e sociais acerca do que produzem, quanto na compreensão, por parte dos consumidores, de que a aquisição de produtos deve ser pautada menos em quantidade e mais em qualidade. Para isso, é necessário que o consumidor tenha maior ciência sobre o que está sendo consumido, podendo dessa maneira, ser impulsionado a práticas mais sustentáveis ao consumir (JUNG; JIN, 2016).

Moda ética, moda verde, moda consciente, eco moda, essas expressões têm sido cada vez mais recorrentes no universo da moda, todas elas com o intuito de traduzir, de alguma maneira, as relações entre o segmento de moda e sustentabilidade (UNIETHOS, 2013). Entretanto, o termo *slow-fashion* é o que vem ganhando mais destaque, por fazer um contraponto direto ao utilizado na economia vigente, o *fast-fashion* (ERTEKIN; ATIK, 2015).

Ao contrário do que ocorre com o adjetivo “*fast*”, que na moda está diretamente relacionado à rapidez na produção de vestuário, o “*slow*” não se refere apenas a questão do tempo. Esse termo, além de aludir à redução de lançamentos de tendências e coleções de moda, faz referência a assuntos como qualidade dos produtos, produção e consumo mais conscientes. O “*slow*”, do *slow-fashion*, também representa a proteção e o bem-estar de trabalhadores, comunidades e do meio ambiente (ERTEKIN; ATIK, 2015).

O *slow-fashion* tem inspiração no *slow-food*, que foi fundado por Carlos Petrini, na Itália, em 1986, em oposição ao crescente estilo de vida promovido pelo *fast-food* (FLETCHER, 2010). À vista disso, o *slow-food* se configura como um movimento no setor alimentício, que vincula o prazer da comida à consciência e à natureza responsável de sua produção. Assim como o *slow-food*, o *slow-fashion* também representa uma ruptura com as práticas atuais do setor, e com os valores e objetivos do *fast-fashion*, que é baseado apenas no crescimento (CLARK, 2008; HOLT, 2009; FLETCHER, 2010; FLETCHER; GROSE, 2011).

Inicialmente classificado como movimento, assim como seu predecessor, o *slow-fashion* já não é mais apontado como tal, uma vez que seu conceito não se desenvolveu com a mesma coesão do *slow-food* (FLETCHER, 2010). O objetivo do *slow-fashion* não é exatamente

desacelerar a indústria têxtil e a cadeia de suprimentos do vestuário, mas promover uma visão mais holística sobre a criação de processos mais sustentáveis, que perpassam pelo planejamento de projeto, produção, abastecimento e educação do consumidor (CLARK, 2008; FLETCHER, 2010). O consumo de moda mais consciente, em função da educação do consumidor, tem a incubência de despertá-lo para relação direta entre consumo e sustentabilidade. Essa orientação parece já estar sendo assimilada pelos consumidores, segundo Liu *et al.*, (2018), na literatura, ao optar pelo *slow-fashion*, o consumidor está sendo motivado externamente e internamente, respectivamente, pela consciência de sustentabilidade e por exclusividade.

Na outra ponta do processo, há nos fundamentos do *slow-fashion* um conjunto de princípios que norteiam a produção da moda sustentável, e a junção deles é observada como caminho para diminuir o impacto ambiental causado pela fabricação de roupas. A produção com ênfase no acabamento das peças, que inclui o tingimento e a impressão de fibras, o processo de logística desde a fabricação até a venda, o uso e a manutenção do produto e a eliminação do mesmo, são as premissas seguidas na produção *slow-fashion*. Existem ainda dois tópicos importantes ao novo sistema de produção: a seleção da matéria prima e o *design* do produto (NIINIMÄKI, 2013).

Para atingir o *design* ideal, que atenda às premissas do sustentável, é imprescindível que o olhar e a consciência do *designer* estejam alinhados ao propósito da causa em questão. Pois, são os extremos da cadeia, o *designer* e o consumidor, que englobam toda a lógica da moda (FLETCHER; GROSE, 2011). Ambos têm a responsabilidade de buscar e efetivar caminhos mais sustentáveis. Dessa maneira, o estreitamento da relação produtor e consumidor, assim como a tentativa de reorientar os valores que a sociedade tem em relação ao consumo de vestuário, são pontos importantes a serem trabalhados pelo *slow-fashion* (CONTI; FIGUEIREDO, 2017).

A sinergia entre todas as etapas da cadeia é o que resultará em um produto mais sustentável e, portanto, bem menos nocivo ao meio ambiente. Entretanto, é imprescindível abordar a questão de responsabilidade social corporativa (RSC), para que o elo que permeia os princípios da sustentabilidade apresentados no triple de *bottom line* (pessoas, planeta e lucro), esteja contemplado no processo de produção de moda sustentável (NIINIMÄKI, 2013).

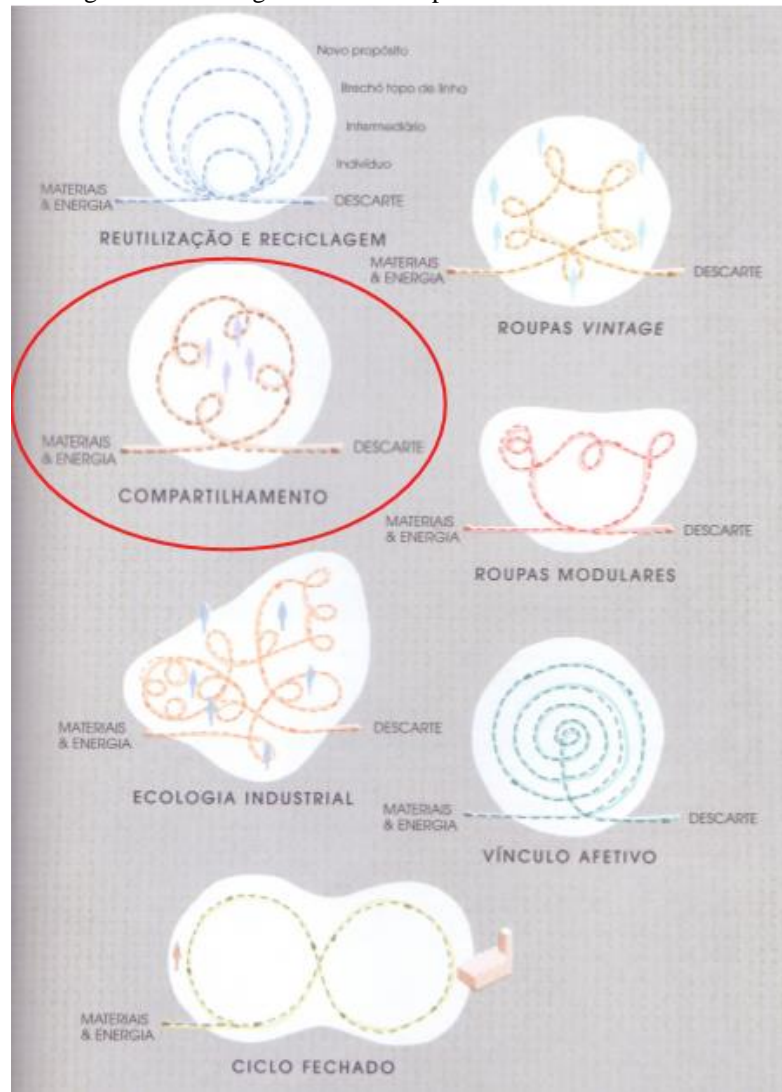
O objetivo dessas medidas é a maior transparência em todo o processo da cadeia de abastecimento e produção, e à diminuição da poluição ambiental, tanto por meio da utilização de fibras ecológicas, quanto pelo menor descarte de insumos e produtos (FLETCHER, 2007;

FLETCHER; GROSE, 2011). O descarte acelerado de produtos avaliam Fletcher e Grose (2011), se dá em função do encurtamento do ciclo de vida da vida útil dos mesmos. Segundo Calíope *et al.*, (2018), o descarte das roupa se processa, principalmente, de quatro maneiras: pela venda, doação, customização e jogar no lixo; e, as motivações para o descarte são: hedônicas, ocorrem em função do prazer e desejo de querer algo; utilitárias, ligadas às experiências “eficientes e/ou econômicas”; auto –orientada, em virtude do tamanho inadequado, conveniência ou necessidade de mais espaço no guarda-roupa, ou seja, beneficia o próprio indivíduo; e, socialmente orientada, em razão do interesse pelo meio ambiente.

O que o *slow-fashion* projeta é uma mudança geral, que perpassa a cadeia de suprimentos, os insumos (fibras) e os processos de beneficiamentos, assim como a desaceleração dos fluxos de materiais, por meio da reutilização, restauração e reciclagem (FLETCHER; GROSE, 2011).

No referente à reutilização apontada por Fletcher e Grose (2011) como um dos objetivos do *slow-fashion*, segue a Figura 2 que ilustra algumas estratégias apontadas como possibilidades para manter o uso de recursos.

Figura 2 – Estratégias alternativas para manter o uso de recursos



Fonte: Fletcher e Grose (2011, p. 65).

Dentre as alternativas para manter o uso dos recursos utilizados na fabricação de peças do vestuário, consta o compartilhamento, como apresentado na Figura 2. Essa alternativa está sendo estudada nessa pesquisa como uma possível prática de consumo sustentável. Entretanto, segundo Fletcher e Grose (2011), embora a reutilização, a restauração e a reciclagem de peças do vestuário, sejam benéficas ao setor de moda, pois ajudam a tratar resíduos e conter seus efeitos negativos, elas não evitam a produção de resíduos, isto é, não atingem o cerne do problema de desperdício na moda, nem têm o poder de transformar o modelo industrial. Mas, são estratégias que ajudam a produzir confiança para a utilização de ideias de sustentabilidade, e essa confiança associada a maneiras distintas de pensar e agir pode, efetivamente, começar a transformar o segmento de moda (FLETCHER; GROSE, 2011). O compartilhamento, que desponta como uma possibilidade de consumo mais consiente no vestuário, se processa por meio do consumo colaborativo.

2.2 Consumo colaborativo

Alinhado aos apelos por caminhos que conduzam à sustentabilidade, nasce, na década de 1990, nos Estados Unidos, a economia compartilhada (MAURER *et al.*, 2015; PEREIRA; SILVA, 2018; SILVEIRA *et al.*, 2016). Também denominada de economia *mesh* (Gansky, 2010), consumo colaborativo (BOSTSMAN; ROGERS, 2009) ou consumo conectado (Dubois, Schor & Carfagna, 2014), a economia compartilhada configura-se como um novo modelo de negócio que emerge com o foco no compartilhamento, impulsionado pelo advento da tecnologia (SILVEIRA *et al.*, 2016). E tem como uma de suas características, o incentivo do reuso de produtos (DUBOIS *et al.*, 2014).

Não há ainda um consenso sobre as definições de economia compartilhada e consumo colaborativo: alguns autores fazem distinções entre os dois (BELK, 2014; BOSTSMAN, 2015; SILVEIRA *et al.*, 2016); outros, apontam o consumo colaborativo como parte da economia compartilhada (BELK, 2014; BOSTSMAN, 2015); e há ainda a visão de que a economia compartilhada gira em torno do consumo colaborativo (MOLZ, 2014). A única certeza é que os diferentes termos descrevem modelos com uma característica em comum: eliminar intermediários e conectar diretamente fornecedores e consumidores por meios digitais (BELK, 2014; BOSTSMAN, 2015). Contudo, essa interação não se limita apenas ao ambiente da rede (ROHDEN *et al.*, 2015), apesar dela ser a grande fomentadora do compartilhamento, ao promover a formação de grupos, por meio da interação entre pares que têm o mesmo interesse; a colaboração, que está no centro da lógica do consumo colaborativo, também pode ser local e pessoal (BOSTSMAN; ROGERS, 2011).

Apesar do ato de compartilhar ser um fenômeno tão antigo quanto à humanidade, o consumo colaborativo e a economia compartilhada são fenômenos nascido na era da internet (BELK, 2014; SUTHERLAND; JARRAHI, 2018). Esse meio possibilitou que princípios seculares de troca entre pessoas próximas, fossem revigorados e ampliado em larga escala. Nesse novo cenário, a ideia do compartilhamento entre vizinhos se estendeu para o compartilhamento entre pessoas estranhas, que podem estar geograficamente localizados em polos oposto do planeta, mas têm a possibilidade de compartilhar desde o seu tempo até mesmo as suas casas (MOLZ, 2014). Essa interação, mediada pela rede, pode ser moldada pelo sentido de propósitos compartilhados, comunidades e estilos de vida (SUTHERLAND; JARRAHI, 2018).

O compartilhamento, promovido pela rede, impulsionou uma lógica de consumo diferente do consumo materialista, que alimenta o individualismo transformando-o em um

grande fomentador dos altos níveis de consumo (MAURER *et al.*, 2015) e, por conseguinte, da maneira insustentável de vida que vem se perpetuando nas últimas décadas (MOLZ, 2014). De encontro ao propalado pelo consumo tradicional, na economia compartilhada o consumo está alicerçado no compartilhamento de ideias e práticas entre as pessoas que trabalham de forma colaborativa e criam interações, promoções e venda de produtos de maneira cooperativa (BOTSMAN; ROGERS, 2009; SILVEIRA *et al.*, 2016).

Costumeiramente as pessoas estão fazendo uso do consumo colaborativo, que pode se processar pelo compartilhamento tradicional, empréstimo, negociação, doação e troca, tudo isso, via de regra, redefinido por meio da tecnologia e de comunidades de pares (BOTSMAN; ROGERS, 2011). Há também a possibilidade de substituir a posse do produto ou serviço, pela experiência de tê-lo por determinado período de tempo, ou seja, nesse caso, é descartada a necessidade da compra do produto (BARDHI; ECKHARDT, 2012). Esses modelos de negócios inspirados na ideia de compartilhamento, troca ou empréstimo tendem a ter sua difusão continuada em função do estímulo à proposta de consumo sustentável (SILVEIRA *et al.*, 2016). Sendo assim, o consumo colaborativo desponta com a possibilidade de ser um próximo estágio para reestruturar a economia que, atualmente, sofre com os efeitos do hiperconsumo (COHEM; KIETZMANN, 2014).

O consumo colaborativo se configura como uma maneira de acomodar necessidades e desejos de uma forma mais sustentável e atraente, isso, com pouco ônus para o indivíduo (BOTSMAN; ROGERS 2011). Para Botsman e Rogers (2011), há três formas ou sistemas distintos de consumo colaborativo, são eles: (a) sistema de serviços de produtos, (b) mercados de distribuição e (c) estilos de vida colaborativos.

a) Sistema de serviços de produtos: nesse caso, o produto é pago pelo seu uso sem que haja a necessidade de aquisição. Alguns exemplos do sistema de serviço de produtos são: o compartilhamento de carros e de bicicletas, o aluguel de livros ou ferramentas e o aluguel de acessórios de moda.

b) Mercados de redistribuição: estão relacionados às trocas e doações. Os mercados de redistribuição operam com a transferência de propriedade, isto é, com a copropriedade. São exemplos desse modelo: as trocas ou empréstimos de livros, assim como trocas ou doações de roupas.

c) Estilos de vida colaborativos: nessa modalidade se verifica a disposição à partilha e à troca de ativos intangíveis como tempo, espaço, habilidades e dinheiro. Um exemplo desse tipo de consumo colaborativo é o compartilhamento de tempo para aprendizado de um idioma. Para Maurer *et al.*, (2015), outras formas de colaboração também estão incluídas

nesses sistema, são elas: *crowdsourcing*: meio de cocriação mediada pela participação online; *crowdfunding*: é um esforço coletivo, geralmente via internet, para financiar projetos criativos; *crowdlearning*: refere-se ao serviço de aprendizado colaborativo, como os sites de aprendizados de idiomas; *couchurfing*: são serviços de hospedagem para viajantes, que têm a função de conectar pessoas que querem viajar, com pessoas que querer servir de anfitriões temporários; e, *coworking*: são os escritórios de trabalho coletivos.

Além dos sistemas de consumo colaborativos acima apresentados, outra maneira de compartilhamento é o mercado de peças de segunda mão, como por exemplo, a compra e venda de roupas em brechós. Nesse caso, o indivíduo que comercializa as peças é motivado pelo desejo de se desfazer de bens que já não lhe interessam mais, associado à vantagem de obter ganho monetário com isso. Já os indivíduos que consomem peças de roupas de segunda mão são identificados pela literatura por meio de quatro motivadores, caracterizados por representações simbólicas e argumentos ideológicos distintos (ROHDEN *et al.*, 2015; ROUX; KOCHIA, 2006). O primeiro motivador é o desejo de exclusividade; o segundo é a possibilidade de aquisição de bens de alto valor por preços mais acessíveis; o terceiro é o aspecto de nostalgia que as roupas de outras épocas proporcionam; o quarto motivador está relacionado à temática sustentabilidade, ou seja, a preocupação com a produção de resíduos e o desperdício de recursos (ROHDEN *et al.*, 2015; ROUX; KOCHIA, 2006).

Ante essa perspectiva da busca pela sustentabilidade, o consumo colaborativo desponta como uma alternativa bastante promissora, uma vez que a lógica de compartilhar está assentada não só no sentido prático e econômico para o consumidor, mas também na promoção do meio ambiente e da comunidade, em função de modelos de negócios flexíveis, inovadores e com visão de futuro (BELK, 2014). Entretanto, por ainda ser uma prática nova de consumo, algumas questões sobre a sua adoção e difusão não estão tão claras. Dessa maneira, carecem de mais esclarecimentos e, por isso, suscitam novas discussões acadêmicas.

Uma das linhas de estudos sobre a temática é por meio da abordagem das teorias das práticas sociais. Sob esse prisma, avalia Piscicelli *et al.*, (2015), a discussão centra-se na compreensão das práticas como entidades, ou seja, mediante a dinâmica dos elementos (materiais, competências e significados) que a compõem, e do entendimento de como essas práticas se estabelecem e são reproduzidas.

2.3 Teorias da prática

No capítulo que segue, serão evidenciadas as definições das teorias da prática e os fundamentos que as embasam, para possibilitar uma visão mais holística sobre o tema. O capítulo está dividido em duas subseções. A primeira faz um levantamento das linhas que norteiam os estudos baseados na prática, apresentado a aplicabilidade de cada uma delas, assim como suas características principais e alguns pontos de discordâncias e concordâncias entre elas. A segunda subseção é especificamente sobre a lente teórica da prática com abordagem sociotécnica, tendo em vista que essa perspectiva se configura como um novo campo de pesquisas e análises para o consumo sustentável, por conseguinte, indo ao encontro do objetivo da pesquisa.

2.3.1 Um panorama das linhas que norteiam os estudos baseados na prática.

Nos últimos anos, os estudos gerenciais e organizacionais redescobriram o conceito de prática e constituíram um corpo de pesquisa com a sigla PBS, Estudos Baseados na Prática (GHERARDI, 2009). Esse conhecimento originou-se em meio à tensão e desafios que as organizações atuais enfrentam para manter, de maneira sustentável, o crescimento (ANTONACOPOULOU, 2015). Como desdobramento dessas questões iniciais, outras pesquisas, por meio dos estudos baseados em prática, surgiram com foco no consumo (SHOVE; PANTZAR, 2005; WARDE, 2005) e na área da sustentabilidade (SHOVE *et al.*, 2012; SPURLING, *et al.*, 2013), a fim de desenvolver novas políticas para o consumo sustentável (SAHAKIAN; WILHITE, 2013; HARGREAVES, 2011; SPURLING, *et al.*, 2013).

Diferentes abordagens (empírica, teórica e filosófica), orientações (humanista e pós-humanista) (FELDMAN, ORLIKOWKI, 2011) e visões intelectuais (estruturalismo e pós-estruturalismo) (RECKWITZ, 2002a; SPAARGAREN, OOSTERVEER, 2010; SILVA, FIGUEIREDO, 2017), enfocam perspectivas distintas sobre os estudos da prática (FELDMAN; ORLIKOWSKI, 2011), e suscitam epistemologias e metodologias diferenciadas em seus desenvolvimentos (GHERARDI, 2009). Na abordagem empírica, por exemplo, o bojo das pesquisas está na ação das pessoas em ambientes organizacionais; na teórica, o debate centra-se no entendimento, respaldado por teorias que explicam a prática, das relações entre a ação da agência humana e as estruturas sociais; e, na filosófica, o objetivo é apresentar

as práticas da vida cotidiana como componentes essenciais à construção da realidade social (FELDMAN; ORLIKOWSKI, 2011).

A orientação humanista, constituída por teorias essencialmente sociais, nas quais materiais, artefatos, produtos e infraestrutura possuem inexpressiva relevância para a construção do mundo social, tem como expoentes Bourdieu (1991) e Giddens (1984) (SHOVE *et al.*, 2012; SPAARGAREN; OOSTEVEER, 2010). Para esses pensadores, a prática como entidade reconhecível só ocorre por meio da rotinização. Ela (prática) é o que se desenrola nas ações entre os agentes e as estruturas sociais, ou seja, a ação desenvolvida estritamente por atores humanos (FELDMAN; ORLIKOWSKI, 2011; SPAARGAREN; OOSTEVEER, 2010; JARZABKOWSKI, 2004).

Alguns termos com significados semelhantes, advindos de várias correntes teóricas sociológicas e filosóficas são utilizados pela abordagem teórica, que tem forte orientação humanista (FELDMAN; ORLIKOWSKI, 2011), para conceitualizar prática. São eles: ação, práxis, desempenho, interação, experiência e atividade, todos com ênfase na rotinização. (SILVA; FIGUEIREDO, 2017). Nessa ótica, o termo prática significa o desempenho repetitivo para se tornar ‘praticado’, ou seja, para executar atividades recorrentes, habituais ou rotineiras de ações específicas (JARZABKOWSKI, 2004; SHOVE; PANTZAR, 2005). A natureza rotinizada da prática pode ser explicada por teorias da ordem social, como a estruturação argumentada por Giddens (1984) (JARZABKOWSKI, 2004).

A propósito, com o intuito de deprender a constituição da vida social (WARDE, 2005), tanto as teorias sociais clássicas (*homo economicus* ou *homo sociologicus*), quanto as teorias culturais, dentre elas, as teorias da prática, têm como objetivo explicar e compreender a ação e a ordem social (RECKWITZ, 2002a). As teorias da prática, diferentemente das formas clássicas de teorias sociais, não se baseia isoladamente em interesses individuais (*homo economicus*), nem em valores coletivos (*homo sociologicus*). Elas são pluralistas e flexíveis, e se fundamentam na complexidade e na prática para análise do social, por meio das estruturas simbólicas e cognitivas de significados (SCHATZKI, 1996; RECKWITZ, 2002a; WARDE, 2005). As teorias culturais estão embasadas principalmente no estruturalismo e semiótica, na fenomenologia e hermenêutica e na filosofia wittgensteiniana (RECKWITZ, 2002a).

A teoria da estrutura reconhece a prática como o resultado do processo de estruturalização que ocorre por meio do movimento de interação entre agentes sociais e estruturas sedimentadas, essas, em função da produção e reprodução de ações de rotinas diárias (JARZABKOWSKI, 2004; SILVA; FIGUEIREDO, 2017). Sob essa ótica, a recursividade pactua com a ordem social ao incorporá-la em instituições que, regidas pela

“boa prática (responsabilidade normativa) e uma bela prática (uma responsabilidade estética)” (GHERARDI, 2009, p. 117), quer dizer, por padrões de comportamentos socialmente admissíveis dentro de determinada comunidade (SILVA; FIGUEIREDO, 2017), perduram ao longo do tempo e espaço (JARZABKOWSKI, 2004). O aspecto recursivo da prática origina uma característica substancial, para o estruturalismo proposto por Giddens (1994), ao apontar que a ação pode advir em função de um entendimento prático, onde o conhecimento tácito, baseado na experiência, é absorvido e vira substrato das práticas que integram a maior parte da vida diária (JARZABKOWSKI, 2004; SILVA; FIGUEIREDO, 2020).

O conhecimento tácito também é explicitado no conceito de *doxa* de Bourdieu. A *doxa* confere caráter de natural (BOURDIEU, 1983) às regras e valores sociais que, ao serem tacitamente aceitos, contribuem para estabilidade das práticas (SAHAKIAN; WILHITE, 2013) e, por conseguinte, dificultam as mudanças (JARZABKOWSKI, 2004). Entretanto, no conhecimento objetivista (estruturalista) de Bourdieu, o tácito é fruto do conhecimento fenomenológico, isto é, das experiências primeiras do mundo social (meio familiar) (BOURDIEU, 1983). Ainda sobre a visão estruturalista da construção da realidade social, Bourdieu apresenta o conceito de *habitus*: é um sistema de disposições duráveis para pensamento e ação que ocorre num processo constante e dialético (entre interioridade e exterioridade), em que as experiências são incorporadas em *habitus* e reestruturadas em disposições para novas ações (BOURDIEU, 1983; SAHAKIAN; WILHITE, 2013).

O *habitus* é constituído por um relacionamento dinâmico: ele, ao mesmo tempo pode estruturar, ou organizar práticas e representações da prática (o conhecimento primeiro, prático e tácito do mundo familiar), enquanto pode também estar sendo estruturado por essas mesmas práticas (SAHAKIAN; WILHITE, 2013; BOURDIEU, 1983). Ou seja, “o *habitus* é o princípio gerador e estruturador das práticas e das representações” (Bourdieu, 1983, p.61) que, ao ser produzido, lança mão de condições anteriores para estabelecer um encadeamento de ações condicionadas, sob a égide de produtos oriundos da história que, de maneira inconsciente, implicam na reprodução de práticas pré-estabelecidas (BOURDIEU, 1983).

Ante essa lógica estruturalista, a experiência passada, digo, o apreendido a *priori*, conduz a conduta a *posteriori*. O resultado dessa equação é um efeito “universalizante e particularizante” de determinado grupo, que leva o agente a reproduzir práticas sem “razão explícita e sem intenção significante”, como se fossem “sensatas” e “razoáveis” e objetivamente orquestradas” (BOURDIEU, 1983, p. 73). Então, sendo o *habitus*, assim como o estruturalismo de Giddens (1984), conjunturas condicionantes para as práticas e, portanto, mecanismos que dificultam suas mudanças (JARZABKOWSKI, 2004), discutir sobre as

ações demasiadamente embutidas que os constituem, e estudar caminhos para reestruturá-las é o ponto central de transição para práticas mais sustentáveis (SAHAKIAN; WILHITE, 2013).

Perante tal demanda, diferentemente da visão estruturalista onde o bojo sobre as práticas centra-se na estruturalização, que dizer na regularidade da prática (GHERARDI, 2009); no pós-estruturalismo, o cerne está na prática que se desenrola dentro da estrutura, e que, de dentro para fora, mesmo mediante a resistência imposta pela estrutura, vai se modificando (SILVA; FIGUEIREDO, 2017). Portanto, ao contrário de oferecer leis gerais ou explicar relações casuais ou associativas entre as estruturas, a nova perspectiva objetiva dispor de um conjunto de recursos discursivos que possibilitem a criação ou ‘remodelação’ do social, por meio dos arranjos materiais e forneçam visões gerais, assim como análises de assuntos sociais, que esclareçam e enriqueçam o entendimento sobre eles (RECKWITZ, 2002a; NICOLINI, 2017). A respeito de tal mudança, ela ocorreu em função da virada linguística que se opôs a ideia da “linguagem com espelho da natureza” e passou a reconhecer o papel da linguagem na produção da realidade social (GHERARDI, 2016).

Dessa maneira, se no estruturalismo o comportamento humano é definido por estruturas simbólicas de conhecimento e significados, na mente inconsciente (RECKWITZ, 2002a); no pós-estruturalismo, a atividade humana é vista como um evento aberto e organizado (SCHATZKI, 2012), onde a conduta nunca poderá ser totalmente determinada, apesar de o agente estar em um mundo que já lhe é familiar (SCHATZKI, 2019; NICOLINI, 2017). Sob essa perspectiva, “todo o presente é potencialmente lugar de algo novo” (NICOLINI, 2017, p. 20). Logo, a mais recente lente da prática se configura como fonte de conhecimento rizomático (NICOLINI, 2017) e antifundamentalista (NICOLINI, 2017; SCHATZKI, 2019), uma vez que o agente individual, carregado de sua malha de práticas-arranjos (SCHATZKI, 2005), ganha papel ativo na reprodução da ordem social, e a prática é definida como o “modo operandi de regularidades que se desenvolvem progressivamente através de variações incrementais” (SILVA; FIGUEIREDO, 2017, p. 02).

Uma crítica à estruturação, principalmente a proposta por Giddens, é a omissão do papel da tecnologia e das redes tecnológicas nas mudanças ambientais (SPAARGAREM; OOSTERVEER, 2010). Por isso, uma reformulação da teoria estruturalista para pós-estruturalista (RECKWITZ, 2002a) aponta à adoção da abordagem pós-humanista nos estudos sobre teorias da prática (FELDMAN; ORLIKOWSKI; 2011; SPAARGAREN; OOSTERVEER, 2010). Essa mudança de visão, preconiza o desempenho de atores não-humanos, quer dizer, objetos e artefatos tecnológicos, na produção da vida social, tornando-os parte indispensável à constituição das práticas e de sua reprodução. Tal direcionamento

descentraliza o papel supremo da agência humana evidenciado no estruturalismo (RECKWITZ, 2002a; SHOVE; PANTZAR, 2005; JONES, 2009; FELDMAN, 2016; GHERARDI, 2009; ORLIKOWSKI, 2011; SPAARGAREN; OOSTERVEER, 2010).

Alguns expoentes dessa nova perspectiva são: Schatzki (2001), Warde (2005) e Reckwitz (2002a) (SPAARGAREN; OOSTERVEER, 2010). As ideias desses e de outros teóricos da prática como Elizabeth Shove (Shove, Pantzar & Watson, 2012) e Stephen Kemmis & Grootenboer (2008), são inspiradas e sustentam alguns fundamentos filosóficos difundidos por Heidegger e Wittgenstein (SCHATZKI, 2012). Possivelmente, o ponto central, extraído do pensamento desses dois pensadores, é a ideia de que a atividade humana não pode ser reduzida a palavras, na divisão sujeito-objeto (SCHATZKI, 2012; SCHATZKI, 2019). Outra questão, relacionada a Heidegger, é o entendimento de que a atividade é principalmente temporal-espacial, e que a relação entre passado, presente e futuro ocorre simultaneamente quando ela (atividade) acontece. Nesse ponto de vista, a atividade humana é diretamente influenciada por situações particulares e pelo contexto em que a indivíduo está inserido, em função disso, ela é indeterminada. Desse modo, o que o indivíduo faz “é sensível, responsivo e reflexivo dessas situações, ou melhor, de aspectos particulares” (SCHATZKI, 2012a).

Em suma, se por um lado a prática pode ser vista como sinônimo de hábito e ação habitual, portanto, como um “dispositivo de redução de incertezas”; por outro lado, pode ser apontada como um domínio de “ação deliberada” (GHERARDI, 2009). Contudo, mesmo com diferentes visões teóricas para entender e explicar a ação humana, as teorias da prática, que podem ser melhor bem entendidas quando comparadas as demais teorias culturais e as teorias sociais clássicas (RECKWITZ, 2002a), compartilham pontos relativamente comuns entre os diversos estudiosos da área (FELDMAN; ORLIKOWSKI, 2011; NICOLINI, 2017; SCHATZKI, 2019).

A primeira concordância é a rejeição à descrição do mundo por meio dos dualismos irreduzíveis entre mente e corpo, cognição e ação, estrutura e agência, objetivas e subjetivas, individual e institucional, individual e institucional, livre-arbítrio e determinismo (RECKWITZ, 2002a; FELDMAN; ORLIKOSKI, 2011; NICOLINI, 2017). Para Bourdieu, por exemplo, a prática tem como objetivo a desconstrução de uma visão antiga acerca da ideia que subjetivo e objetivo são conceitos independentes e incompatíveis. Giddens, por sua vez, tem como propósito, na sua teoria da estruturação, transcender o dualismo entre a agência e a estrutura (FELDMAN; ORLIKOSKI, 2011). Para Schatzki, não há separação entre corpo e mente, pois ambos são parte do indivíduo (SCHATZKI, 2001).

A segunda concordância entre os teóricos da prática é a relacionalidade de constituição mútua, ou seja, nenhum fenômeno social é independente de outros fenômenos. Os fenômenos não são produzidos sozinhos, eles são frutos de processos de encadeamentos com outros fenômenos. Entretanto, o fator que define as interações de relacionalidade entre os fenômenos, diferente entre os estudiosos. Para Giddens, tal relação está atrelada a recursividade entre agência e estrutura, as ações recorrentes estabelecem estruturas que, uma vez promulgadas, também estabelecem ações. Bourdieu, ao propor que *habitus* e campo “produzem e reproduzem um ao outro”, também enfatiza o fator relacionalidade (FELDMAN; ORLIKOWSKI, 2011).

A terceira concordância, entre os teóricos da prática, é o princípio da consequencialidade, isto é, o entendimento de que as ações cotidianas geram consequência na produção da vida social, assim sendo, as práticas são centrais aos assuntos sociais. Apesar de tal constatação, os teóricos não concordam quanto ao que é prática, nem o lugar onde o mundo social acontece (FELDMAN; ORLIKOWSKI, 2011; SCHATZKI, 2019). Para Giddens (1994), as práticas são ações sociais que recursivamente produzem e reproduzem estruturas que permitem e restringem ações; Bourdieu (1991) define o *habitus* como um princípio gerador de improvisação regulada, que promove o sentido objetivado em instituições; para Schatzki (2002), no entanto, a ordem social é estabelecida por meio dos pacotes de atividades humanas que compõem as práticas (FELDMAN; ORLIKOWSKI, 2011).

A lente teórica da prática proposta por Schatzki, implica na concepção que a produção da vida social é realizada por intermédio de atores não-humanos, isto é, objetos naturais e/ou artefatos tecnológicos (FELDMAN; ORLIKOWSKI, 2011; HARGREAVES, 2011; SHOVE; PANTZAR, 2005). Tal visão é adotada, por alguns pesquisadores, com o intuito de abordar uma série de questões relacionadas à criação de padrões de consumo mais sustentáveis (HARGREAVES, 2011). Nesse cenário, o foco das pesquisas sobre o tema deixa de ser o comportamento e escolhas individuais, para a compreensão e explicação de como as práticas se processam, se desenvolvem e, principalmente, como elas mudam e que consequências essas mudanças acarretam para o consumo (RECKWITZ, 2002a; SHOVE; PANTZAR, 2005; HARGREAVES, 2011; SHOVE *et al.*, 2012; SPURLING *et al.*, 2013). Ante essa ótica, e por dar enfoque ao consumo sustentável, por meio da relação entre consumo e mudança de prática, a abordagem sociotécnica (HARGREAVES, 2011; SPURLING *et al.*, 2013) será a norteadora da pesquisa em questão.

2.3.2 Orientação sociotécnica

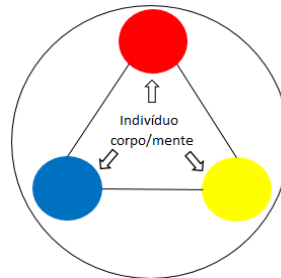
Como fora mencionado, na teoria da prática sob a orientação sociotécnica, as práticas cotidianas são vistas como responsáveis pela construção da realidade social (FELDMAN; ORLIKOWSKI, 2011; SCHATZKI, 2019). Tais práticas são possíveis pelo entendimento de que os objetos, antes subjugados, agora são constitutivos ao lugar do social e dos fenômenos sociais (SCHATZKI, 2019), ou seja, ao contexto onde se processa a existência humana (SCHATZKI, 1996; 2005; SHOVE; PANTZAR, 2005; SPAARGAREN; OOSTEVEER, 2010). Nessa perspectiva, a prática é definida por Schatzki (2001, pg. 3) como: “matrizes materializadas, mediadas materialmente e significados compartilhados” (SHOVE; PANTZAR, 2005). Complementando, o social é o campo das práticas e elas são, inevitavelmente, imbricadas em arranjos materiais que elas colaboram para criar, nos quais são realizadas e através dos quais elas (práticas) transpiram (SCHATZKI, 2001; NICOLINI, 2017).

Outra definição sobre a prática fornece mais informação a respeito de suas características: “é um nexos de ações abertas, espacial e temporalmente disperso e ditos e feitos” (SCHATZKI, 2012, p.14). O “aberto”, segundo Schatzki (2012), corresponde à ideia de que não há um número específico de atividades que compõem uma prática; “temporalmente disperso”, para Schatzki (2012) e Warde (2005), quer dizer que as atividades ocorrem em algum lugar no espaço e em um dado momento e também que formam nexos, ou seja, são organizadas (por regras práticas, entendimentos, estrutura teleoafetiva e entendimentos gerais) e se conectam por meio de relações, tais como causalidade e direcionamento intencional; “nexos de ditos e feitos”, aponta Schatzki (2012), indicam tanto as ações básicas (pronunciar palavra, digitar um teclado ou pensar na beleza do pôr do sol), quanto às atividades adicionais que constituem as circunstâncias (digitar em um teclado, redigindo em ensaio). De maneira resumida, uma prática pressupõe a interconexão de elementos entre si: “formas de atividades corporais, formas de atividades mentais, ‘coisas’ e seu uso, *know-how*, estados de emoção e conhecimento motivacional” (RECKWITZ, 2002a, p. 249).

Ainda sobre os arranjos das práticas, eles são compostos por três elementos: materiais, forma de competência/ conhecimento e significados, que são dinamicamente integrados por praticantes qualificados, por meio de desempenho regular e repetido (SHOVE; PANTZAR, 2005; HARGREAVES; 2011; SHOVE *et al.*, 2012; SPURLING *et al.*, 2013). Ante essa ótica, e com o foco na investigação da prática de consumo sustentável (SAHAKIAN; WILHITE,

2013), os consumidores não são definidos como usuários, mas como praticantes ativos e criativos (SHOVE; PANTZAR, 2005), emaranhados as práticas (JARZABKOWKI, 2016). Enfim, nesse entendimento, tanto os agentes humanos, ou seja, os indivíduos (corpos/mentes), quanto os não-humanos (objetos/artefatos), fornecem requisitos indispensáveis à prática (RECKWITZ, 2002a; SPAARGAREM; OOSTERVEER, 2010). Em outros termos, os artefatos são eficazes dentro das práticas à medida que são manuseados pelos agentes humanos e quando são meio de “materialização” de status (RECKWITZ, 2002b). A propósito, o próprio corpo humano também é considerado um elemento material (SHOVE *et al.*, 2012; SÜBBAUER; SCHÄFER, 2018). A seguir, a Figura 3 detalha os três elementos que constituem a prática.

Figura 3 – Os elementos da prática



Materiais	Objetos, ferramentas, infraestrutura e o próprio corpo humano
Competências	Conhecimento e habilidades incorporadas
Significados	Convenções culturais, expectativas e significados socialmente compartilhados

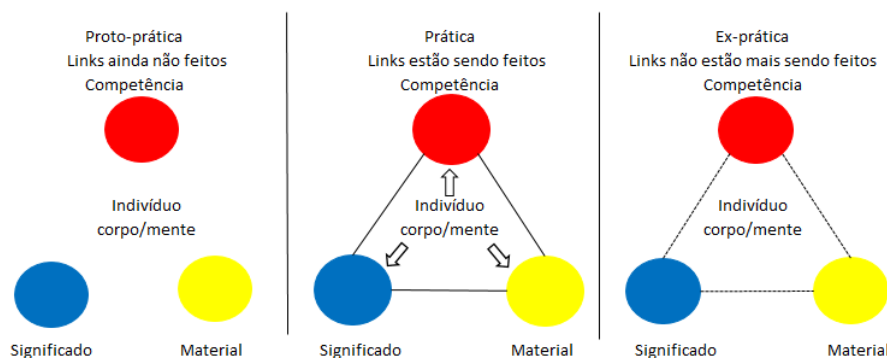
Fonte: Adaptado de Shove *et al.* (2012, p. 23, tradução nossa).

À realização de um jantar, por exemplo, a prática é constituída pela conexão entre os três elementos. Inicialmente, os componentes materiais (objetos e ferramentas) como: comida, bebida, talheres, louças, mesas e cadeiras. É necessário também, ainda do âmbito dos elementos materiais, a infraestrutura da casa, mais especificamente a cozinha. Para realizar um jantar, algumas competências como cozinhar e etiqueta pra servir, são básicas. Mas, um diferencial, ou seja, um conhecimento especializado, como a harmonização do jantar com vinho, configura-se como uma competência alicerçada em convenções e expectativas culturais. Assim sendo, fica evidenciado que a prática do jantar só se deu pela conexão de todos os elementos da prática (SPURLING *et al.*, 2013). Contudo, indicam Shove *et al.*, (2012), tanto nesse exemplo quanto em qualquer outra situação, pode haver momentos em que há uma desconexão parcial dos elementos, assim como momentos em que ocorre uma desconexão total dos elementos.

É exatamente essa dinâmica entre os elementos da prática que norteia a visão sociotécnica (SHOVE *et al.*, 2012). Nesse ínterim é que as práticas emergem, estabilizam e

finalmente desaparecem, à proporção que a ligação entre seus elementos são feitos e/ou quebrados. A seguir, a Figura 4 exemplifica a conexão dos links/elos em três estágios: ausência total, conexão total e conexão descontinuada.

Figura 4 – Proto-prática, prática e ex-prática



Fonte: Adaptado de Shove *et al.* (2012, p. 25, tradução nossa).

A Figura 4 ilustra, em primeiro lugar, a proto-prática, que é um estágio anterior à prática, nela os *links* entre os elementos estão totalmente desconectados aguardando o momento para que possam se conectar e, por conseguinte, estabelecer uma prática (SHOVE *et al.*, 2012; SÜBBAUER; SCHÄFER, 2018). Quando a prática se estabelece, ou seja, os três elementos estão totalmente conectados, há a formação de um circuito de reprodução que dá a sustentação dessa prática (SHOVE *et al.*, 2012). Entretanto, quando esses links sofrem alguma mudança que os tornam fracos, descontínuos, a prática inicia um novo processo, o de desconfiguração/reconfiguração, passando assim a se configurar como uma ex-prática (SHOVE *et al.*, 2012; SÜBBAUER; SCHÄFER, 2018). Entretanto, quando há desconexão dos elementos, novos rearranjos se formam com a entrada e/ou saída de alguns elementos que construirão a sustentação de uma nova prática (SHOVE *et al.*, 2012). Logo, avalia Hargreaves (2011), quando a ideia é gerar práticas mais sustentáveis, os elos e elementos do sistema existente e suas práticas insustentáveis devem ser contestados e quebrados para serem substituídos e refeitos de maneira mais sustentável.

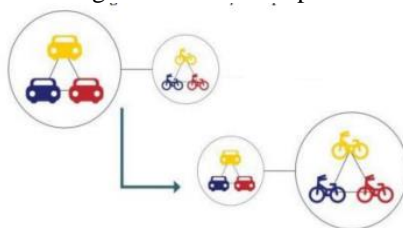
Um exemplo de reconfiguração de elementos que promoveu uma inovação na prática pode ser ilustrado pelo advento das câmeras digitais. Para Shove (2007), assim como nos aparelhos analógicos, as câmeras digitais também possuem lentes, abertura e obturador. A diferença é que nas digitais há um dispositivo desenvolvido para coletar a luz e convertê-la em informações digitais que são compactadas e armazenadas em um disco rígido ou cartão de memória. Nesse caso, não há necessidade de processamentos profissionais de filmes, nem da impressão de fotos. Somente 15% delas são impressas, o restante é salvo em pastas digitais,

na WEB ou excluído. A finalidade maior da foto digital, segundo pesquisas, é ser compartilhada na internet (SHOVE, 2007).

Assim sendo, mesmo que haja uma relação estreita entre a fotografia comum e a digital, tendo em vista que as câmeras digitais surgiram num universo em que as convenções de fotografias amadoras já estavam estabelecidas, à prática de fotografias digitais é necessário a integração ativa entre novos materiais/artefatos (câmeras, softwares, cabos, computadores), novas competências (habilidade de manusear os novos artefatos) e novos significados (imediatismo, maleabilidade das imagens digitais e mobilidade). Nesse exemplo, para a realização da fotografia digital, há uma negociação entre o presente e o passado com o intuito de descobrir quais rotinas ou conceitos de qualidade devem ser mantidos, modificados ou abandonados, na prática de fotografar (SHOVE, 2007).

Em suma, a inserção de novos elementos resultou em inovação na prática de fotografar (SHOVE, 2007), essa mudança se configura como uma re-elaboração da prática, uma vez que abordou os vários elementos da prática simultaneamente, a começar pelo material (a câmera e outros artefatos), seguido por novas competências (habilidade de manusear os novos artefatos) e novos significados (imediatismo, maleabilidade das imagens digitais e mobilidade). Essa mesma lógica é apontada como uma das três sugestões de intervenção para políticas públicas mais eficientes do que as atuais, que têm o objetivo de promover a sustentabilidade (SPURLING *et al.*, 2013). A segunda possibilidade de intervenção nas práticas é pela substituição de práticas. Nesse ínterim, a proposta é substituir práticas atuais classificadas como insustentáveis, por alternativas mais sustentáveis, sejam elas existentes ou novas. Um exemplo de substituição de práticas é o uso de bicicletas em detrimento do uso de carros, como ilustrado na Figura 5:

Figura 5 – Substituir práticas

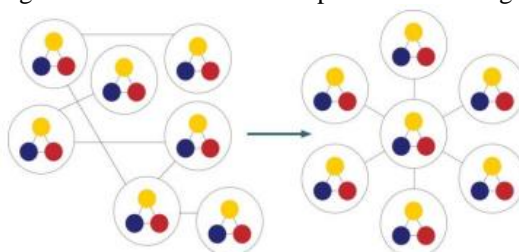


Fonte: Spurling *et al.* (2013, p.11, tradução nossa).

Há ainda uma terceira possibilidade de intervenção que é a alteração de como as práticas se interligam umas às outras. As práticas são conectadas por meio de sistemas, ou seja, mudar como uma prática é organizada trará mudança em todas as outras práticas que estiverem interconectadas pelo sistema (SPURLING *et al.*, 2013). Dessa maneira, as mudanças nas práticas englobam a associação entre uma prática específica (como dirigir, por

exemplo), e todas as outras práticas que estão conectadas a ela (dirigir), pela relação espaço-temporal (ir ao trabalho, fazer refeições, ir ao lazer). Portanto, uma vez que há mudança na prática específica, todas as outras que estiverem interligadas na rede dessa prática, também mudarão (SPURLING *et al.*, 2013; SÜBBAUER; SCHÄFER, 2018). Dessa forma, alterar como um conjunto de práticas se entrelaça, configura-se como uma maneira significativa de intervenção indicada pela perspectiva da prática. Entretanto, essa modalidade sinaliza uma intervenção da distribuição espacial e temporal das práticas, por meio de arranjos institucionais e de infraestrutura (SPURLING *et al.*, 2013). A figura 6 a seguir, ilustra como é esse processo de mudança na interligação de práticas:

Figura 6 – Mudando como as práticas se interligam



Fonte: Spurling *et al.* (2013, p.13, tradução nossa).

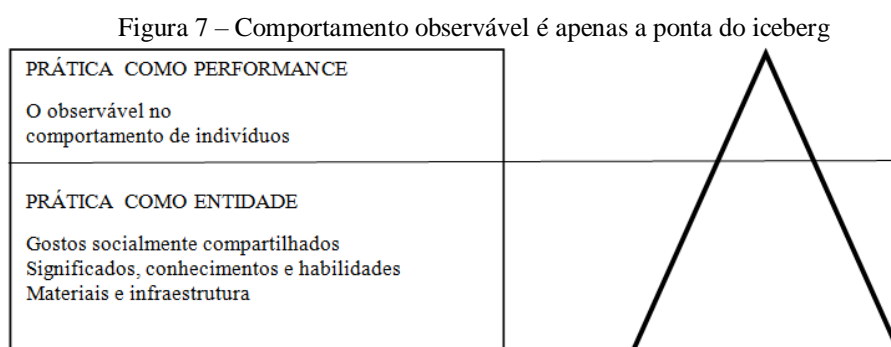
Essas iniciativas apresentadas indicam mudanças por meio de intervenções mais eficientes à política de sustentabilidade (SPURLING *et al.*, 2013). Todavia, existe a possibilidade de mudanças de práticas em micro-contextos, nas comunidades de prática. Essas se configuram como grupos que estão envolvidos em sua própria construção local da prática. Nesse ínterim, a mudança da prática se dá pela interação entre o micro-contexto com o macro-contexto, que são os contextos sociais mais amplos e constituem uma corrente de movimento social. Em uma comunidade de prática, o pensamento individual é, em essência, social e é desenvolvido em interação com as atividades da comunidade, onde as vivências e experiências se desdobram ao longo do tempo (JARZABKOWSKI, 2004). Todas essas perspectivas apontam possibilidades para mudança nas práticas, por isso vêm sendo debatidas por enfatizarem a investigação da prática como o lugar do social (RECKWITZ, 2002a).

O intuito da investigação proposta pela abordagem sociotécnica é verificar como as práticas, que se realizam por meio de “uma rede de conexões-em ação” e se desdobram na constituição da vida social, podem apresentar, por meio do consumo, relações transformadoras, principalmente nas questões associadas aos impactos ambientais (GHERARDI; 2009). À vista disso, a preocupação com os padrões atuais de consumo e, por conseguinte, com os estilos de vida, tendo em vista que os estilos de vida se relacionam diretamente a estilos de consumo (BAUMAN; MAY, 2010; SPAARGAREM; OOSTEVEER,

2010), tem promovido um crescente interesse no estudo das teorias da prática (SAHAKIAN; WILHITE, 2013). As políticas de estilo de vida são significativas para as políticas de consumo sustentável, especialmente porque elas tratam de questões individuais ligadas às práticas de consumo da vida cotidiana, mas sem se desconectar dos interesses público e global. Sendo assim, os estilos de vida, sob essa ótica, não são explicados apenas por orientações individualistas de comportamento de consumo (SPAARGAREN; OOSTERVER, 2010).

Confluindo a esse cenário, se outrora as pesquisas sobre consumo e sustentabilidade estavam centradas nas inovações tecnológicas e no comportamento e escolhas do indivíduo, a nova perspectiva das teorias da prática (sociotécnica) é alicerçada no entendimento das práticas cotidianas como o alvo das pesquisas (SAHAKIAN; WILHITE, 2013; SPURLING *et al.*, 2013). O cerne passa a ser a como as práticas são reproduzidas, mantidas, estabilizadas e descontinuadas. O intuito da mudança é encontrar caminhos para criar padrões de consumo mais sustentáveis, por meio das práticas (HARGREAVES, 2011).

Dessa maneira, há um deslocamento na localização do social (RECKWITZ, 2002a): deixa de ser o indivíduo, que assume a função de portador das práticas (RECKWITZ, 2002a; HARGREAVES 2011), e passa ser a prática (RECKWITZ, 2002a, SPURLING *et al.*, 2013). Isso resulta numa visão diferente da defendida pelo paradigma dominante, nas pesquisas sobre consumo sustentável (SPURLING *et al.*, 2013). Na visão alternativa, os comportamentos passaram a ser considerados como indicativos superficiais, uma vez que eles são, principalmente, desempenhos de práticas sociais, portanto, apenas traduzem aquilo que é observável nos fenômenos sociais (SPURLING *et al.*, 2013), como ilustrado na Figura 7.



Fonte: Spurling *et al.* (2013, p. 21, tradução nossa).

Conforme apresentado na Figura 7, verifica-se que intervir no comportamento individual, isto é, na prática como performance, a fim de promover o consumo sustentável, ocasionará resultados limitados (SPURLING *et al.*, 2013). Isso se dá, em razão de que as práticas mais ou menos sustentáveis e os padrões de consumo, na visão sociotécnica, não são

considerados como resultados de valores, atitudes e crenças, e sim, “incorporadas dentro e ocorrendo como parte de práticas sociais” (HARGREAVES, 2011, p.83). Logo, evidenciar a base que compõe socialmente o comportamento, quer dizer, a prática como entidade (materiais, competências e significados), apresenta-se como o ponto onde as pesquisas devem centrar esforços para obtenção de resultados mais satisfatórios às políticas de sustentabilidade (SPURLING *et al.*, 2013). Em outras palavras, “as fontes de mudanças de comportamento estão no desenvolvimento da prática em si” (WARDE, 2005, p. 140).

É importante, nesse momento, relembrar a definição de prática para melhor compreensão de práticas como performance e entidade. Em primeiro lugar, avaliam Reckwitz (2002a) e Warde (2005), é válido frisar que há uma diferença entre prática (práxis) e práticas (praktik): prática (singular) é um termo que designa toda ação humana; práticas (plural), no entanto, faz alusão às teorias das práticas, e corresponde a comportamentos rotineiros que só se processam mediante a conexão entre os seus elementos.

Sobre a prática como entidade, Schatzki (2012, p. 14) esclarece: prática é “um nexos de ações abertas espacial e temporalmente disperso e ditos e feitos”, exemplo disso, são as práticas culinárias, práticas industriais, práticas recreativas e práticas correlacionais (SCHATZKI, 2012). Ao mencionar que os “ditos e feitos” partícipes de uma prática formam um “nexos”, significa que eles estão conectados de determinada maneira com a finalidade de constituir uma prática, por meio dos seguintes mecanismos: (1) pelo entendimento, por exemplo, sobre o que dizer e fazer; (2) por regras explícitas, princípios, preceitos e instruções; e, (3) por meio de “estruturas de efeito teleoafetivo que engloba fins, projetos, tarefas, propósitos, emoções e humores (SCHATZKI,1996; 2012; WARDE, 2005; GHERARDI, 2016).

A prática como performance, no entanto, se refere à “realização das práticas”, digo, à realização dos “feitos e ditos” que “realizam e sustentam as práticas no sentido do nexos” (SCHATZKI, 1996; WARDE, 2005). Em síntese, a prática é formada pela relação recursiva e “co-constitutiva” entre a performance/desempenho (prática de fazer) e a entidade (prática com significado durável, corporificado, materialmente mediado e compartilhado) (SHOVE, 2007). Portanto, as práticas são entidades coordenadas, mas que também necessitam de desempenho para que possam existir. Dessa maneira, à realização de uma prática como performance presume alicerces na prática como entidade (WARDE, 2005).

A demanda por debates sobre direcionamentos mais eficientes para as políticas de consumo sustentável nasce em função da compreensão que recursos naturais são consumidos tanto em práticas ordinárias, que constituem o dia a dia, como: tomar banho, cozinhar ou lavar

roupa (SHOVE *et al.*, 2012; SPURLING *et al.*, 2013); assim como, avaliam Spaargaren e Oosterver (2010), quanto em práticas sociais de vários domínios de consumo, como: alimentação, mobilidade, habitação, viagem e vestuário. Nesse sentido, a pesquisa em questão, por entender o vestuário como um segmento que deve ser debatido, em função dos impactos ambientais e sociais que gera, realizou um estudo fundamentado na lente teórica das teorias da prática, na visão sociotécnica. O intuito era avaliar o compartilhamento de peças do vestuário como uma possível alternativa de consumo sustentável.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa é um procedimento racional e sistemático que tem como finalidade, produzir respostas aos problemas que são propostos. A realização de uma pesquisa requer a utilização de métodos e técnicas de avaliação científicas para nortear e validar os caminhos que levam as resoluções dos problemas levantados (GIL, 2018). Ou seja, a metodologia é “o caminho do pensamento e a prática exercida na abordagem da realidade” (MINAYO, 2006, p. 16). Dessa maneira, esta seção tem a função de explicitar o encadeamento dos passos metodológicos percorridos para responder ao objetivo desta pesquisa, são eles: a natureza da pesquisa, abordagem e método de pesquisa, o objeto de pesquisa, os sujeitos da pesquisa, as técnicas de coletas e a análise dos dados.

Os posicionamentos ontológicos e epistemológicos, respectivamente dizem respeito à natureza do mundo social, isto é, ao objeto do conhecimento (GHERARDI, 2016) e a base de conhecimento utilizado para entendê-lo (SILVEIRA, 2018). Á realização dessa pesquisa, a lente adotada para a prática está assentada em uma “ontologia social re-constitutiva”, que ainda é pouco definida, portanto, o estudo é de natureza construtivista (NICOLINI, 2017, p.24), fundamentado pela descentralização da agência humana e por reconhecer as condições da experiência (GHERARDI, 2016), que a implica como de cunho antifundamentalista (NICOLINI, 2017).

A abordagem para análise da prática utilizada nessa pesquisa, é a apresentada por Shove *et al.*, (2012), que alude a um novo entendimento sobre a prática, com o objetivo de compreender e explicar, principalmente, como ocorrem as mudanças nas práticas e quais suas consequências para o consumo sustentável (SPURLING *et al.*, 2013; SHOVE *et al.*, 2012). Essa nova perspectiva da prática como epistemologia se configura como uma abordagem crítica ao *mainstream* que defende o comportamento do consumidor como alvo das investigações, ao invés de focar na prática como entidade (SPURLING *et al.*, 2013).

A nova visão se deu pela mudança de eixo: das teorias da ação para as teorias da prática. Nas teorias da ação era privilegiada a intencionalidade dos atores, dos quais se origina a fonte significativa da ação (Weber e Parsons), já as teorias da prática, a localização da fonte de padrões significativos está em como a conduta do agente é decretada, executada ou produzida. Dessa maneira, as teorias da prática passam a representar um modelo ecológico em que a agência é distribuída entre humanos e não-humanos, possibilitando que a relação entre o mundo social e o mundo material possa ser submetida à investigação (GHERARDI, 2009). A

investigação, nesse ínterim, como menciona Gherardi (2009), se processa de “dentro para fora”, quer dizer, pela ótica dos praticantes.

3.1 Delineamento metodológico

A pesquisa que segue, cujo objetivo geral é compreender os elementos da prática e a dinâmica de compartilhar peças do vestuário, na cidade de Fortaleza-CE, utiliza a abordagem qualitativa. Somente por meio da pesquisa qualitativa é possível fazer uma captura mais fiel da realidade, dos fenômenos humanos, sublinhando características (subjetividades) que não podem ou não devem ser quantificadas (MINAYO, 2006; SANTOS, 2009).

A pesquisa qualitativa tem por finalidade traduzir o universo da produção humana, ou seja, o mundo das relações, das representações e da intencionalidade, tendo em vista que, tais questões não comportam explicações por meio de isolamento de variáveis (MINAYO, 2006). Então, a compreensão da realidade humana vivida em sociedade e sua complexidade, que é composta pela interação dos atores sociais na construção da sua realidade, é o ponto primordial nos estudos das ciências sociais (FRASER; GONDIM, 2004; MANFEZOLLI; BOEHS, 2008).

Tendo definido a abordagem qualitativa, a classificação da pesquisa, estabelecida de acordo com o objetivo geral apresentado, é exploratória. Uma vez que, esse tipo de pesquisa tem como propósito, “desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores” (GIL, 2008, p. 27). Portanto, o que caracterizam as pesquisas exploratórias é a falta ou pouco conhecimento sobre o tema abordado. Assim sendo, apontam Freitas e Jabbour (2011), fica evidenciado que na pesquisa exploratória busca-se conhecer com maior profundidade o tema ou construir questões importantes à pesquisa (FREITAS; JABBOUR, 2011; GIL, 2008).

Para a realização do planejamento da pesquisa exploratória será adotado o método de estudo de caso único, tendo em vista que este é um dos métodos mais utilizados nas pesquisas de natureza exploratória (YIN, 2014). O estudo de caso tem sido usualmente empregado na pesquisa acadêmica brasileira das ciências sociais aplicadas, sobretudo na Administração (MAFFEZOLLI; BOEHS, 2008). Ele geralmente é utilizado quando se busca “compreender uma situação em profundidade, enfatizando seu significado para os vários envolvidos” (GODOY, 2005). Nele, o pesquisador “explora um sistema delimitado contemporâneo da vida real (um caso) ou múltiplos sistemas delimitados (casos) [...] por meio de coleta de dados detalhada em profundidade envolvendo múltiplas fontes de informação” (CRESWELL, 2014,

p. 81). Para Cresweel (2014), o sistema é delimitado pelo tempo e espaço, enquanto o caso (ou os múltiplos casos) pode ser entendido por um evento, uma atividade ou indivíduos que, complementa Godoy (2005), compartilhem uma mesma experiência.

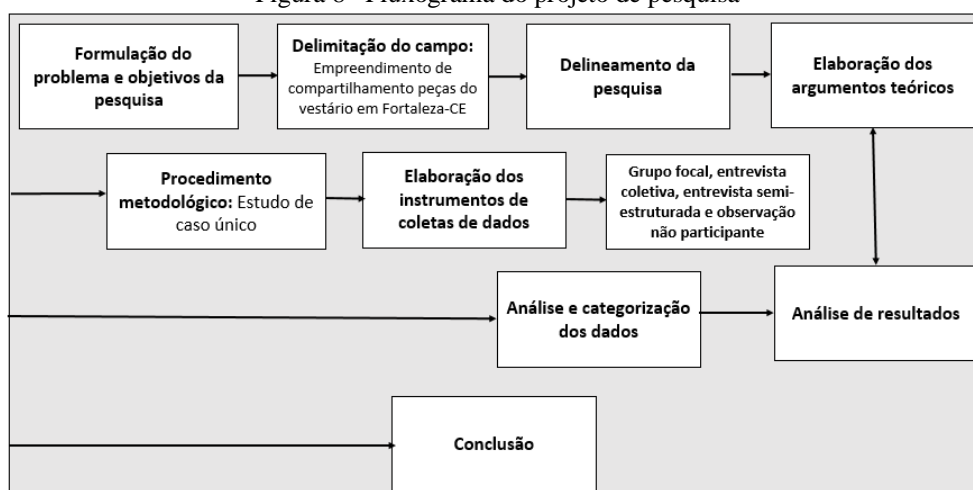
O método de caso único, nesta pesquisa, o compartilhamento de peças do vestuário em Fortaleza-CE, justifica-se por se tratar de um caso de natureza reveladora, possibilitando que o pesquisador tenha acesso a estudos empíricos ainda não investigados nas ciências sociais (GIL, 2015). Segundo Godoy (2005), o estudo de caso deve estar centrado em uma situação ou evento particular, cuja importância vem sobre o que ele revela sobre o fenômeno, o objeto de investigação.

Uma vez definido o método, o próximo passo é a unidade de análise. Para a construção social da realidade, por meio das estruturas simbólicas e cognitivas, as teorias da prática situam o “lugar do social” nas práticas, isso quer dizer que a menor unidade de análise do social é a prática (RECKWITZ, 2002a). Dessa maneira, no referido estudo, a unidade de análise (ou conceito orientador) da pesquisa é a prática de compartilhar peças do vestuário. Práticas são constelações organizadas de atividades materiais, realizadas por indivíduos (NICOLINI, 2017; FELDMAN, 2016; SCHATZKI, 2012). Entretanto, não são as atividades dos indivíduos que serão analisadas, e sim as práticas (SCHATZKI, 2012). Conforme Nicolini (2017), uma vez que as práticas e arranjos materiais (SPURLING *et al.*, 2013) como unidades de análises, têm maior potencial de estudos acerca de políticas de consumo sustentável.

3.2 Fluxograma metodológico

Com o intuito de facilitar o acompanhamento das ações que correspondem às etapas propostas para a realização da pesquisa, segue, na Figura 8, o fluxograma metodológico utilizado para demonstrar a proposta do projeto.

Figura 8– Fluxograma do projeto de pesquisa



Fonte: Adaptada pela autora (2019) a partir de Gil (2018, p. 4).

A Figura 8 ilustra as etapas que foram realizadas para a conclusão dessa pesquisa. O fluxograma inicia pela formulação do problema e objetivos da pesquisa, os passos seguintes são: delimitação do campo, delineamento da pesquisa, elaboração dos argumentos teóricos, procedimentos metodológicos, elaboração de instrumentos, coleta, análise, categorização de dados e conclusão. Contudo, antes da conclusão houve o cruzamento de informações colhidas durante a etapa de elaboração dos argumentos teóricos. Dessa maneira, os resultados achados na pesquisa empírica foram respaldados pelos argumentos teóricos, corroborando-os, acrescentando-os ou contrapondo-os.

3.3 Objeto de pesquisa

Com a finalidade de compreender empiricamente os elementos da prática de compartilhar de peças do vestuário e verificar se existe dinâmica entre eles, foi analisado um empreendimento que promove o referido compartilhamento, na cidade de Fortaleza-CE, que no estudo será denominado como loja compartilhada. Tal loja compartilhada trabalha com o chamado guarda-roupa compartilhado, que é uma alternativa ao consumo de vestuário e tem como característica, prolongar o tempo de uso das peças, reduzindo então, o consumo de novos produtos e, por conseguinte, o descarte dos mesmos (AKATU, 2017).

A figura que segue, ilustra a loja compartilhada analisada na pesquisa, trata-se de um brechó que também é uma loja compartilhada. A seguir, Figura 9:

Figura 9 – Brechó e loja compartilhada



Fonte: Arquivo pessoal (2019).

O objeto analisado situa-se em um corredor de vendas de varejo muito tradicional da cidade de Fortaleza-CE: a Avenida Monsenhor Tabosa. Ele é definido como um brechó e loja compartilhada. Nele, há o compartilhamento consignado de peças do vestuário. Além disso, seu espaço físico também é compartilhado com vários outros tipos de produtos como: canudos de aço inox, copos retráteis (para levar na bolsa), cosméticos, acessórios e eco absorventes. Todos os produtos atendem aos princípios propalados pelo *slow-fashion*, que se fundamentam, principalmente, na utilização de matéria-prima de qualidade e na valorização da produção local.

O primeiro contato com esse tipo de empreendimento ocorreu em um evento universitário do curso de Design de Moda, na Universidade de Fortaleza - UNIFOR, onde foi realizada uma palestra sobre economia circular x *upcycling*, em agosto de 2018. Nesse ínterim, um empreendedor do segmento explanou acerca desse modelo de negócio, apontando-o como uma alternativa para o consumo mais consistente de peças do vestuário. Logo em seguida, foi realizado contato com o dito empreendedor que havia participado do evento, e, por meio dele, identificou-se outro empreendimento de compartilhamento de peças do vestário, que veio a ser o analisado nessa pesquisa.

O primeiro contato com a loja compartilhada, o objeto da pesquisa em questão, ocorreu via telefone. Em seguida, foi realizada uma visita à mesma, para explicar detalhadamente a pesquisa, e verificar a possibilidade e viabilidade de realizá-la. Com todos os detalhes acertados, iniciou-se a coleta de dados. A princípio, os dois empreendimentos de compartilhamento de peças do vestário seriam analisados: o contactado por meio do evento na UNIFOR, e o outro com o qual fora estabelecido comunicação mediante indicação do primeiro empreendedor. A possibilidade de pesquisar os dois empreendimentos ocorreu em função das diferenças acerca do compartilhamento de peças do vestuário: cada um dos dois o

realizava de maneira específica. Entretanto, no decorrer da pesquisa, um deles encerrou suas atividades.

Sobre a prática de compartilhar peças do vestuário, ela se processa de algumas maneiras: por meio de uma assinatura de peças em que o cliente não detém a posse da mesma, mas a experiência de tê-la por determinado período de tempo; e, pelo compartilhamento sem assinaturas mensais, via sites (AKATU, 2017). O objeto analisado, no entanto, faz um compartilhamento que o mesmo denomina como compartilhamento consignado. Nesse caso, também não existe a assinatura de peças, e realiza-se da seguinte maneira: o cliente desapega peças suas e leva à loja compartilhada para comercializá-las.

Essas peças são registradas e codificadas num sistema onde são coletadas informações detalhadas sobre as mesmas. As informações contemplam além da origem da peça (o cliente que desapegou), do tipo de peça (saia, blusa, vestido, etc), e do tamanho, detalhes sobre aviamentos e qualquer beneficiamento que a mesma possua, como por exemplo, um short jeans, com tachas douradas no cós e beneficiamento *stone washing*. Todos esses registros são importantes porque cada peça é única e o volume de compartilhamento consignado vem crescendo significativamente, então é imprescindível ter informações bem detalhadas. Em outubro de 2019, quando as sócias da loja compartilhada foram entrevistadas, haviam mais de 60 clientes com peças de desapego expondo, e mais uma fila de espera, uma vez que o espaço físico limitava novas adesões.

A partir do momento em que as peças são entregues e registradas, e que o seu preço de comercialização é definido entre cliente e as sócias da loja compartilhada, as mesmas têm um prazo de três a quatro meses de exposição. Mensalmente, há uma prestação de contas, exclusivamente, via e-mail, onde são informadas as peças vendidas, assim como o montante a receber, referente ao que já fora comercializado. No decorrer desse período, o cliente também pode levar outras peças de desapego. Ao final dos meses de exposição, as peças são devolvidas para o cliente que pode optar por continuar expondo as peças, mas por um preço mais reduzido, ou ainda deixar para doação.

3.4 Sujeitos da pesquisa

À realização desse estudo, o critério para seleção dos pesquisados é que eles tivessem o hábito de compartilhar peças de segunda mão na loja compartilhada analisada. Nesse grupo, estão inseridos todos aqueles que fazem parte do contexto do compartilhamento: os clientes que praticam o compartilhamento de peças, e os empreendedores, pois esses, ao

disponibilizarem o serviço, também aderem à prática de compartilhar peças de vestuário. Os clientes que praticam o compartilhamento participaram de grupos focais, entrevistas coletivas e individuais, enquanto os empreendedores foram entrevistados individualmente. Ambos os sujeitos (praticantes e empreendedores), ou seja, todos os que compõem o contexto (tempo e espaço) de compartilhar peças do vestuário, foram analisados por meio de observação não participante. Segue Quadro 1 com perfil dos sujeitos da pesquisa:

Quadro 1 – Perfil dos entrevistados

Cod.	Gênero	Idade	Tempo/uso de peças de segunda mão	Cod.	Gênero	Idade	Tempo/uso de peças de segunda mão
EE1	Feminino	28	Desde a faculdade	EG10	Feminino	30	Desde a faculdade
EE2	Feminino	30	Desde a faculdade	EI11	Feminino	N.I	Desde a faculdade
EC3	Feminino	30	Desde a faculdade	EI12	Feminino	N.I	Desde adolescência
EC4	Feminino	30	Desde a faculdade	EI13	Feminino	N.I	Desde criança
EC5	Feminino	29	Desde a faculdade	EI14	Feminino	31	Desde a faculdade
EG6	Feminino	22	Desde adolescência	EI15	Feminino	N.I	Há muito tempo (não soube precisar)
EG7	Feminino	32	Desde a faculdade	EI16	Feminino	25	Há muito tempo (não soube precisar)
EG8	Feminino	39	Desde a faculdade	EI17	Feminino	N.I	Desde criança
EG9	Feminino	33	Desde a faculdade				

Fonte: Dados de pesquisa (2019)

Todos os entrevistados foram codificados, conforme observado no quadro. Os códigos significam: (EE) entrevistas semi-estruturadas empreendedoras; (EC) entrevista coletiva clientes/praticantes; (EG) grupo focal e (EI) entrevistas semi-estruturadas individuais.

3.5 Procedimentos de coletas de dados

A coleta de dados, para o estudo de caso, pode ser fundamentada em muitas fontes de evidências (informações), são elas: documentação, registros em arquivos, entrevistas, observação direta, também chamada de observação não participante (GODOY, 2005), observação participante e artefatos físicos, que podem ser arranjos de forma diferentes. Há ainda outras possibilidades de informação como: técnicas projetivas e testes psicológicos, filmes, fotos, vídeos, histórias de vida, entre outras (YIN, 2015). Creswell (2007) enfatiza sobre a necessidade de se estabelecer um protocolo para registrar todas as informações colhidas.

Cada uma das fontes têm vantagens e desvantagens, sendo responsabilidade do pesquisador, mediante o estudo a ser analisado, a escolha das fontes mais apropriadas, levando em conta que a complementaridade das informações oriundas delas, resulta na robustez da pesquisa (MAFFEZOLI; BOEHS, 2008). Tomando como referência as observações feitas até aqui sobre a coleta de dados, à realização da pesquisa em questão, foram escolhidas as seguintes fontes: grupo focal, entrevista coletiva e individual semi-estruturadas. A entrevista individual foi aplicada aos indivíduos que praticam o uso compartilhado de peças de segunda mão; e aos empreendedores. Por fim, a observação não participante, foi realizada incluindo todos os praticantes que compõem o contexto (consumidores/praticantes e empreendedores).

O grupo focal é um procedimento de coleta de dados que vem sendo muito utilizado nas ciências sociais. Seu emprego, via de regra em pesquisas de abordagem qualitativa, tem como característica propiciar uma maior interação entre o pesquisador e os respondentes (SILVA JR., *et al.*, 2014). A utilização do grupo focal, enquanto técnica de coleta de dados tem como objetivo coletar informações acerca de uma determinada temática, por meio da exposição de ideias e argumentos entre os seus participantes que estarão reunidos em determinado local, durante certo período de tempo (KINALSKII *et al.*, 2017). Desse modo, a técnica caracteriza-se como ideal para explorar experiências, opiniões e conceitos (KRUEGER; CASEY, 2000).

Quanto ao número de participantes para compor um grupo focal, não há na literatura um número preciso. Para Gil (2009), o grupo focal deve ter no mínimo, seis e, no máximo, dez pessoas. Flick (2009), no entanto, indica que o grupo tenha de cinco a nove participantes. Ainda há autores que propõem grupos maiores, entre oito e dez participantes. Todavia, o tamanho do grupo depende dos objetivos e finalidades estabelecidas: um grupo maior, quando a proposta é gerar uma maior quantidade de ideias possíveis; se a proposta é maximizar a profundidade de expressão de cada participante, o ideal é um grupo menor (DEBUS, 1997).

O grupo focal foi realizado na loja compartilhada pesquisada, os praticantes foram convidados por meio das redes sociais da mesma: instagram e instagram stories. Como atrativo, foi oferecido um café da manhã vegano, além da exposição de peças de um brechó convidado. Com quórum composto por cinco praticantes, portanto, atendendo ao número mínimo de pessoas requeridas, segundo Flick (2009), o grupo focal foi realizado. Logo em seguida, foi feita a entrevista coletiva com mais três praticantes que chegaram após o início do grupo focal. A coleta de dados do grupo focal e da entrevista coletiva foi registrada por meio de gravação de áudio, e os roteiros de ambos estão nos Apêndices D e E. Segue Quadro 2 com especificações acerca do grupo focal e da entrevista coletiva.

Quadro 2 – Informações sobre o grupo focal e entrevista coletiva

Fonte de coleta de dados	Cod.	Nº de participantes	Data	Duração
Grupo Focal	EG	05	09/11/2019	48'38"
Entrevista coletiva	EC	03	09/11/2019	31'22"

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados (2019).

Outra fonte de dados é a entrevista semi-estruturada que tem como característica primordial, os questionamentos básicos à investigação, esses são apoiados em teorias e hipóteses relacionados ao tema da pesquisa (TRIVIÑOS, 1987). Tendo em vista que, a pesquisa em questão, por se tratar de um estudo de caso classificado como exploratório, busca a compreensão de um fenômeno ainda pouco estudado, lançar mão entrevista semi-estruturada configura-se como importante ferramenta por fornecer informações novas sobre a temática. As entrevista semi-estruturadas foram realizadas com as empreendedoras e com praticantes do uso de peças compartilhadas. Segue informações sobre as entrevista no Quadro 3:

Quadro 3 – Informações sobre entrevistas

Fonte de coleta de dados	Cod.	Data	Duração
Entrevista Empreendedor	EE1	21/10/2019	58'15"
Entrevista Empreendedor	EE2	21/10/2019	36'51"
Entrevista praticantes	EI11	14/12/2019	13'27"
Entrevista praticantes	EI12	15/12/2019	03'32"
Entrevista praticantes	EI13	14/12/2019	12'09"
Entrevista praticantes	EI14	15/12/2019	13'52"
Entrevista praticantes	EI15	15/12/2019	05'52"
Entrevista praticantes	EI16	14/12/2019	11'06"
Entrevista praticantes	EI17	15/12/2019	04'40"

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados (2019).

Com as empreendedoras, as entrevistas semi-estruturadas foram realizadas individualmente, em um escritório localizado na própria loja compartilhada. Já as entrevistas individuais com praticantes, foram realizadas em eventos que a loja compartilhada promove bimestralmente. O tempo de intervalo entre os eventos se dá por dois motivos. O primeiro é porque cada evento demanda tempo para organização, são muitos *stands* e cada deles passa por uma triagem para verificar se o mesmo comunga com os propósitos do evento, que é alicerçado pelas premissas do *slow-fashion*: produtos de fabricação local, matéria-prima de qualidade e trabalho justo. O segundo motivo pelo intervalo de tempo de dois meses, entre os eventos, é porque as sócias acreditam que se ele fosse mensalmente, estaria, de alguma maneira, estimulando um consumo excessivo. Optou-se por realizar as entrevistas individuais nos eventos em virtude da facilidade de acessar os praticantes, uma vez que o fluxo deles na

loja compartilhada é imprevisível. Houve ocasiões em que eu passei um turno na loja compartilhada e não apareceu nenhum praticante, e logo depois da saída, a chegada de alguns. Então, em face do imponderável, optou-se por realizar as entrevistas individuais nos eventos.

Outra fonte de evidência à realização desta pesquisa foi a observação não participante. A observação é uma ferramenta importante no processo do estudo qualitativo, pois além da possibilidade de apreensão das ocorrências em tempo real, a observação fornece ao pesquisador uma grande variedade de informação do contexto onde se processa (GODOY, 2005; MAFFEZZOLI; BOEHS, 2008). No que se refere ao caráter não participante da observação, ela é empregada quando o pesquisador atua como um espectador atento, buscando captar ao máximo as ocorrências, mas não participa do evento que está sendo estudado. Para evitar coletas de informação pouco relevantes ao estudo, é de suma importância ter foco nos interesses que norteiam a pesquisa, esses são explicitados nos objetivos e roteiro de observação (GODOY, 2005) (Apêndice F). O conteúdo dos dados observados foi registrado em diários de anotações.

A observação não participante foi realizada no campo no período de 14 de julho a 16 de dezembro de 2019 (ver Quadro 4). A observação foi realizada majoritariamente em eventos promovidos pela loja compartilhada analisada. Esses eventos geralmente são bimestrais, com duração de cinco horas. As observações ocorreram em todos os eventos compreendidos entre as datas informadas e o tempo médio de observação em cada um deles, foi de quatro horas e meia. Sempre se objetivou chegar bem no início dos eventos, quando os expositores ainda estavam montado seus *stands* de produtos e permanecia até o final do evento.

Munida com um pequeno bloco de anotações, digo pequeno bloco porque no primeiro evento o uso de um caderno não foi bem aceito, pois algumas vezes, havia um olhar meio curioso e questionador por parte dos frequentadores do evento. Então, usava-se apenas um bloquinho e, posteriormente, as informações eram passadas para um caderno. Durante as observações nos eventos, em alguns momentos a pesquisadora se apresentava como consumidora e em outros, normalmente como pesquisadora. Nesse caso, conversas naturais eram realizadas com grupos ou pessoas que estivessem próximas, fazendo aos poucos algumas perguntas, exemplo: Você vem sempre nessa feira? O que mais me atrai aqui? Você vem há muito tempo? O que te faz voltar? E seguia a conversa a depender das devolutivas.

No início, essas aproximações eram um pouco difíceis, mas ao longo do tempo foram se tornando mais fáceis. Fui me envolvendo com o campo, pois apesar de ter a formação como *designer* de moda, no início ainda havia um pouco de distância do ambiente. Durante o processo, aos poucos, houve a aproximação ao contexto, por ser *designer* foi possível

reencontrar pessoas conhecidas da área da moda. Então, os acessos às pessoas foram ficando mais fáceis. Segue Quadro 4 com informações sobre os eventos onde foram realizadas as observações:

Quadro 4 – Informação sobre observações

Data	Evento	Tempo
14 de julho de 2019	Feira Chafurdim – para promover a economia sustentável e vivenciar os espaços públicos do Ceará. Visita com o intuito de identificar os elementos da prática de compartilhar peças do vestuário.	5 horas
21 de setembro de 2019	Feira Mana a Mana – feira criativa de mulheres. Visita com o intuito de identificar os elementos da prática de compartilhar peças do vestuário.	5 horas
6 de outubro de 2019	Feira Chafurdim – para promover a economia sustentável e vivenciar os espaços públicos do Ceará. Visita com o intuito de identificar os elementos da prática de compartilhar peças do vestuário.	5 horas
14 de dezembro de 2019	Feira Ajuntamento – reunião da Chafurdim, Mana a Mana e Solares Feira Criativa. Visita com o intuito de identificar os elementos da prática de compartilhar peças do vestuário.	5 horas
15 de dezembro de 2019	Feira Ajuntamento – reunião da Chafurdim, Mana a Mana e Solares Feira Criativa. Visita com o intuito de identificar os elementos da prática de compartilhar peças do vestuário.	5 horas

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados (2019).

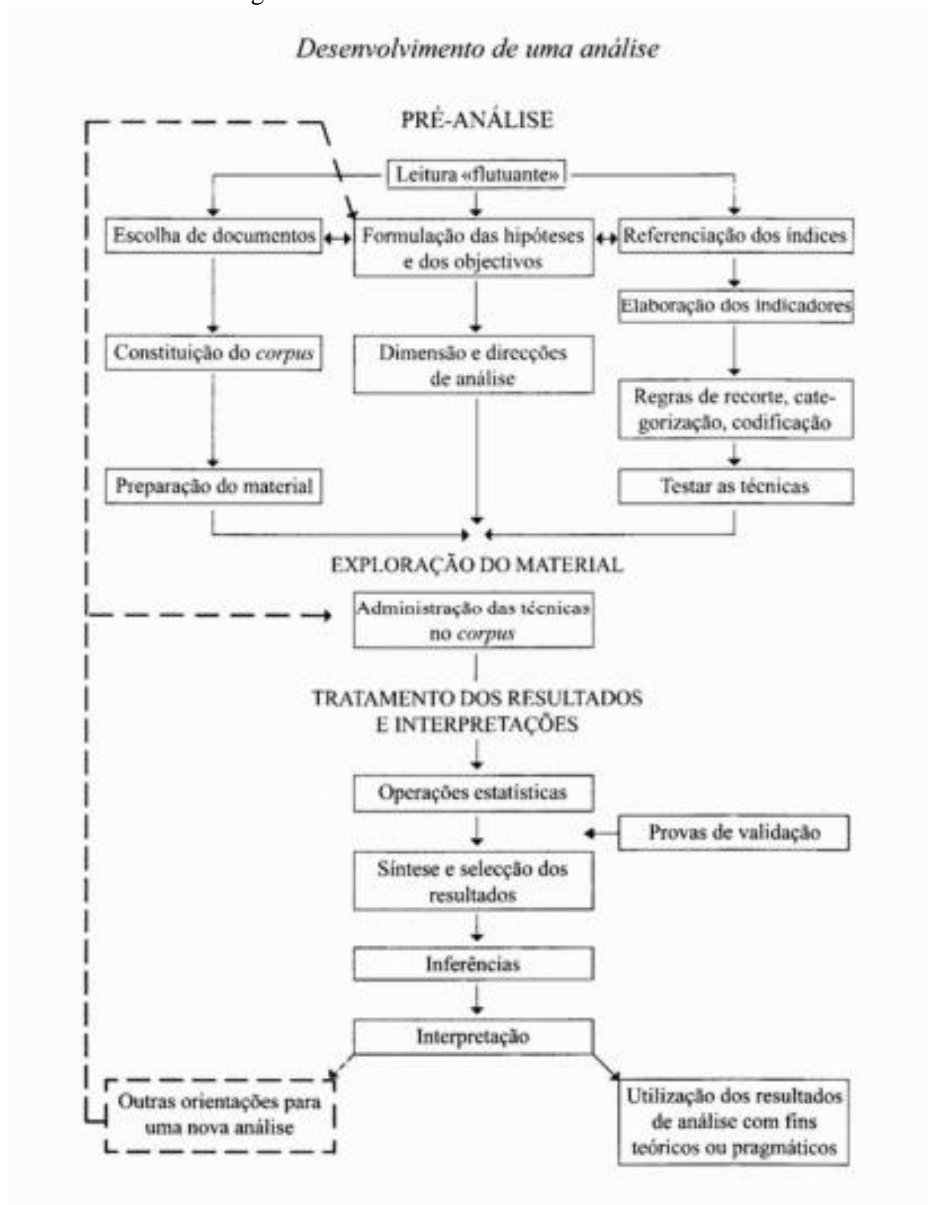
Esses eventos foram realizados pelas sócias da loja compartilhada pesquisada. Durante os eventos, a loja compartilhada tem funcionamento normal e serve também apoio para os *stands*, como um dos pontos pra experimentar roupas.

3.6 Procedimentos de análises de dados

A técnica de análise de conteúdo foi utilizada para analisar os dados colhidos na pesquisa. Nas pesquisas qualitativas, a análise de conteúdo tem sido extensivamente difundida e utilizada, ela configura-se como uma técnica de análise das comunicações, isto é, tem a finalidade de analisar o que fora dito nas entrevistas e/ou observado pelo pesquisador (SILVA; FOSSÁ, 2015). A análise de conteúdo se destina a classificar e categorizar qualquer tipo de conteúdo, reduzindo suas características a elementos-chave, de modo que sejam comparáveis a uma série de outros elementos (CARLOMAGNO; ROCHA, 2016). Dessa maneira, é possível assimilar os discursos de forma mais holística (SILVA; FOSSÁ, 2015). Para Bardin (2011), a análise de conteúdo só se estabelece à medida que as categorias de análise são determinadas, para, em seguida, serem alocados os dados da pesquisa.

A análise de conteúdo é composta por três fases: pré-análise; exploração do material; tratamento dos resultados, inferências e interpretações. Na última fase, munido das informações que se destacaram, assim como de análises reflexivas e críticas, o pesquisador faz as interpretações inferenciais (BARDIN, 2011). Segue, na Figura 10, o roteiro de desenvolvimento de análise para pesquisas qualitativas e quantitativas. Entretanto, como essa pesquisa é de abordagem qualitativa, a formulação de hipóteses será desconsiderada, assim como o cálculo e comparação de frequências.

Figura 10 – Desenvolvimento de uma análise.



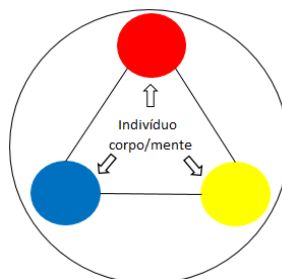
Fonte: Bardin (2011, p. 132).

Na corrente pesquisa, foram seguidos os passos propostos por Bardin (2011), para que, mediante realização dos processos, fosse constituído um bom instrumento de indução, para

obtenção, recorrendo a um relato descritivo e bem detalhado, da conclusão sobre a compreensão dos elementos da prática sobre compartilhar peças de vestuário, na cidade de Fortaleza-CE.

As categorias elencadas para a análise de conteúdo nesta pesquisa, foram os elementos da prática elencados por Shove *et al.* (2012), portanto são categorias teóricas, conforme a Figura 11:

Figura 11 – Os elementos da prática



Materiais	Objetos, ferramentas, infraestrutura
Competências	Conhecimento e habilidades incorporadas
Significados	Convenções culturais, expectativas e significados socialmente compartilhados

Fonte: Adaptado de Shove *et al.* (2012, p. 23, tradução nossa).

A Figura 11, especifica os três elementos da prática (materiais, competências e significados), de acordo com a teoria da prática proposta por Shove *et al.* (2012). Dessa maneira, cada um dos elementos constituiu uma categoria de análise, em que os dados à realização da técnica de análise de conteúdo, proposta por Bardin (2011), foram colhidos e analisados. O processo se deu inicialmente pela transcrição dos dados coletados (grupo focal, entrevista coletiva e entrevistas individuais). Os dados foram lidos, relidos de maneira que as categorias foram se apresentando de acordo com a teoria proposta por Shove *et al.*, (2012). Em seguida, eles foram elencados em uma tabela onde foi possível verificar a frequência dos elementos de cada categoria, esse processo foi realizado por meio do Excel.

3.7 Critérios de qualidade da pesquisa

Na pesquisa qualitativa, que tem como característica fundamental a subjetividade, ainda falta consenso sobre quais seriam os critérios mais apropriados para a avaliação de critérios de qualidade (GODOY, 2005). Porém, Paiva Júnior *et al.* (2011) apontam que, na pesquisa qualitativa, os critérios de qualidade são aqueles que asseguram a validade e a confiabilidade. O Quadro 5 ilustra os principais critérios de validade e confiabilidade, indicando os aspectos em que eles atuam (PAIVA JÚNIOR *et al.*, 2011).

Quadro 5 – Critérios de validade e confiabilidade na pesquisa qualitativa

Critério	Validade	Confiabilidade
Triangulação	X	X
Reflexividade		X
Construção do <i>corpus</i> de pesquisa	X	X
Descrição clara, rica e detalhada	X	X
Surpresa	X	
Feedback dos informantes (validação comunicativa)	X	X

Fonte: Paiva Júnior *et al.* (2011, p. 195).

Para Gaskell e Bauer (2005), a triangulação é uma técnica que contribui tanto por meio da validade quanto da confiabilidade, ela é um modo de institucionalização de perspectivas e métodos teóricos, buscando reduzir as inconsistências de uma pesquisa (PAIVA JÚNIOR, *et al.*, 2011). A triangulação pode ser realizada por quatro maneiras: uso de múltiplas e diferentes fontes de dados, métodos, investigadores e teorias (YIN, 2014). A triangulação de dados, para Lincoln e Guba (1985) pode ser feita por meio da combinação de dados que podem ser colhidas em situações distintas ou em momentos diferentes (GODOY, 2005).

Na presente pesquisa foi realizada a triangulação por uso de múltiplas e diferentes fontes de dados coletados. As coletas de dados foram realizadas em momentos diferentes, inicialmente as observações datadas de 14 de julho a 16 de dezembro de 2019. As entrevistas com as sócias da loja compartilhada foram realizadas dia 21 de outubro de 2019; o grupo focal e a entrevista coletiva foram realizados no dia 9 de novembro de 2019; e as entrevistas individuais foram realizadas dias 14 e 15 de dezembro de 2019.

As fontes pesquisadas foram: grupo focal, entrevista coletiva e entrevista semi-estruturada realizadas com consumidores/praticantes do compartilhamento de peças usadas; entrevista semiestruturadas, aplicada aos empreendedores que, por disponibilizarem o serviço, também aderem à prática de compartilhar; e, observação não participante, que englobou clientes e empreendedores, pois ambos compõem o contexto de compartilhamento.

Outro critério adotado no estudo foi a descrição clara, rica e detalhada, que também contempla a validade e confiabilidade na pesquisa (PAIVA JÚNIOR *et al.*, 2011). Para tal, o diário de campo foi utilizado como ferramenta para o detalhamento do contexto social, do cenário, dos sujeitos analisados e das fases da elaboração da pesquisa. Para Merriam (1988), cabe ao pesquisador possibilitar uma descrição suficiente acerca do contexto social, do cenário da pesquisa, dos sujeitos analisados, e das fases de sua elaboração para que os leitores fiquem capacitados a determinar a proximidade de suas situações com o cenário relatado na pesquisa e até se descobertas podem ser transferíveis. Essa prática é denominada, segundo

Paiva Júnior *et al.*, (2011), transferibilidade na pesquisa qualitativa e desempenha função semelhante à da validade interna e externa dos estudos quantitativos.

A validade externa é resultado da convivência entre pesquisador e pesquisado, possibilitando, a validação das informações com o próprio entrevistado, resultando na construção de conceitos mais elaborados (GODOY, 2005). Os dados coletados por meio do grupo focal, entrevista coletiva e entrevista semi-estruturadas foram, após transcrição, enviados aos pesquisados para que fossem validados.

3.8 Questões éticas

Devido à proximidade entre pesquisador e pesquisado, a metodologia qualitativa requer mais atenção do que qualquer outra, no que se refere às questões éticas. Algumas situações oriundas da aproximação entre sujeito e objeto de pesquisa podem chegar a causar transtornos para os pesquisados. Uma delas é que, o pesquisador, no exercício da sua pesquisa, acaba se inserindo no contexto novo, o do pesquisado. E, função de ser portador de saber e culturas diferentes, além dos interesses pessoais, o pesquisador pode acabar promovendo alguma mudança no meio pesquisado (MARTINS, 2004).

Outro ponto importante, é que alguns cenários particulares ou até mesmo tidos como sagrados, para um grupo pesquisado, podem não ser assimilados (pelas diferenças culturais) em toda sua simbologia e representatividade, resultando dessa maneira que tais situações não sejam devidamente respeitadas pelo pesquisador, o que pode gerar desconforto aos pesquisados (PAIVA JÚNIOR *et al.*, 2011).

Mesmo ciente de que esta pesquisa não se enquadra na perspectiva de cenários de extrema particularidade ou sagrado, é importante estar a par de todas essas informações para que fossem evitadas circunstâncias que gerassem algum tipo de desconforto para os pesquisados. Em função disso, optou-se também por não fazer menção nominal dos entrevistados e das empresas. A eles foram atribuídos códigos de identificação, salvaguardando a associação das suas subjetividades, às suas identidades.

Com a intenção de promover maior transparência durante a coleta de dados, que se deu meio de entrevistas e do grupo focal, a condutora da pesquisa se identificou como pesquisadora, deixando claro que a pesquisa tinha como foco, verificar a possibilidade da prática de compartilhar peças de vestuário, como uma prática de consumo sustentável. Já durante a observação não participante, os pesquisados não foram avisados. A justificativa para

a omissão de tal informação é evitar alguma mudança de conduta, por parte dos pesquisados, no contexto estudado.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Segue, nessa seção, a apresentação e análise dos resultados obtidos na pesquisa. A seção está dividida em cinco subseções: na primeira subseção, aborda-se a visão de consumo sustentável no sistema de moda. Na segunda subseção, esclarece-se como ocorre o compartilhamento de peças do vestuário na loja compartilhada pesquisada. Na terceira subseção, analisam-se os três elementos (materiais, competências e significados) que compõem a prática de compartilhar peças de vestuário, na loja compartilhada pesquisada. Na quarta subseção, apresenta-se como se processa a dinâmica entre os três elementos identificados na segunda subseção. E, por fim, na quinta subseção, discorre-se acerca da rede de práticas que se desdobra por meio da prática de compartilhar peças de vestuário.

4.1 Consumo sustentável no sistema de moda: visão a partir das praticantes/consumidoras e empreendedoras

Para a compreensão da prática de compartilhar peças do vestuário, é necessário inicialmente ressaltar qual a percepção dos praticantes quanto ao consumo sustentável, entendendo que o consumo sustentável deve ser assimilado a partir de uma noção colaborativa. Dessa maneira, era importante conhecer a visão das pesquisadas acerca do consumo colaborativo sustentável na moda. Com isso, conforme os relatos do Quadro 6, foi possível obter uma noção mais clara sobre como o consumo sustentável é observado localmente.

Quadro 6 – Visão de consumo sustentável na moda
(praticantes/consumidoras e empreendedoras)

Cod.	Verbalizações sobre consumo sustentável	Definição
EC3	“Você não atinge 100% de sustentabilidade, é muito difícil, mesmo que eu compre um produto de algodão, tipo: ah, vou usar o algodão porque o algodão é natural! Eu não sei como é lá na fazenda que planta o algodão, não sei quem colheu aquele algodão, se foi uma criança, se foi uma pessoa que não tinha condição de ter aquele trabalho [...] Minha mãe, quando era criança, colhia algodão lá no interior, e era a coisa que fez meus outros tios se debandarem de casa, porque era a coisa pior que existia no mundo era ir colher esse algodão que entrava no nariz, no ouvido era um pavor da vida da pessoa era fazer aquilo ali.” (Feminino, 30)	Sustentabilidade (cuidado com as pessoas)
EI13	“Tentar trabalhar com o que a gente já tem [...] Porque é aquela ideia, o mundo que a gente vive hoje produz muitas coisas que não têm boa qualidade e que fazem mal pra gente [...] por conta de substâncias tóxicas tanto para o meio ambiente como até pra gente. É o movimento de voltar para o que é antigo, é voltar a usar algodão, voltar a lavar as coisas na mão, porque é a ideia de aprender a se cuidar. Com a roupa é do mesmo jeito, porque é cuidar da roupa, é lavar de forma específica, tecidos específicos. Ser sustentável é isso, é você prologar a vida e	Sustentabilidade (cuidado com o meio ambiente e cuidado com as pessoas)

	tentar conviver com isso.” (Feminino, 22)	
EI16	“Sustentabilidade tem a ver com cuidar de você e cuidar do planeta, assim: eu cuido de mim e aí isso se converte pra cuidar do outro, cuidar do planeta. Eu cuido de mim conectada com o planeta, eu cuido pensando se eu vou colocar no meu corpo um produto que tem veneno, um produto que tem uma substância ruim. Acaba que é um processo, se eu não coloco um desodorante que tem alumínio no meu corpo, basicamente eu não joga no lixo uma embalagem de metal, sabe.” (Feminino, 25)	Sustentabilidade (cuidado pessoal, cuidado com o meio ambiente e cuidado com as pessoas)
EE2	“Para mim, sustentabilidade significa você ser responsável pela sua existência no mundo. Eu acho que quando você assume isso você tá sendo responsável pelo sapato que você compra, quando você escolhe o sapato que vai comprar: se ele é de plástico, de couro, se ele é vegano, entendeu. Ah, vou comprar de plástico porque a minha demanda é essa, mas eu não vou comprar de couro porque eu não quero usar nada de origem animal, pra mim isso é sustentabilidade. A pessoa toma essa consciência pra si de que tudo que ela faz gera um impacto. Tudo que a gente faz, gera um lixo, entendeu.” (Feminino, 30)	Sustentabilidade (cuidado pessoal e cuidado com meio ambiente)
EG7	“É tipo um campo de resignificação, porque quando a gente fala de sustentabilidade, que é um conceito totalmente utópico, não acredito na sustentabilidade, a coisa que vai mais perto disso e o que já tá posto no mundo, né. Muito mais do que ficar criando uma coisa que seja, por mais que seja produzido de uma forma interessante, né, sem trabalho escravo e com produtos que a gente sabe de onde vem, mesmo assim faz muito mais sentido usar o que já existe no mundo e, né, transformar.” (Feminino, N.I)	Sustentabilidade (transformação/reuso)
EE1	“Tem muito a ver com consciência, não consciência de salvar as coisas, mas a autoconsciência, o nosso impacto sobre tudo. Porque a gente tá acostumado a dar conta das coisas que tão a nossa vista: joguei meu lixo fora, outra pessoa vai dar conta disso. Joguei minha roupa fora, outra pessoa vai dar conta disso. Eu comprei uma roupa nova, eu não sei quem foi que produziu, eu não tenho nada a ver com isso. Não, sustentabilidade é isso, é você ter consciência de buscar informação, de saber pra onde vai parar seu lixo, de onde veio o que você comprou.” (Feminino, 28)	Sustentabilidade (autoconsciência e cuidado com meio ambiente)

Fonte: Dados de pesquisa (2019).

Baseando-se nos relatos apresentados no quadro, percebe-se que os praticantes revelam que a sustentabilidade, em primeiro lugar, deve estar relacionada com priorizar o bem-estar e integridade das pessoas e, que, a partir de desse cuidado com as pessoas e da autoconsciência, conseqüentemente vem também o cuidado com o meio ambiente. Inverter essa seqüência centralizando as discussões na preservação do meio ambiente, como observado nos estudos que se relacionam à questão da sustentabilidade (PORTILHO, 2005), vai de encontro ao apontado pelas pesquisadas. Tal aspecto revela uma faceta diferente para a discussão de consumo sustentável, constantemente focada na visão ambiental.

Nesse sentido, um dos relatos inclusive menciona que a fibra de algodão, tão propalada pelo *slow-fashion* como uma matéria-prima mais sustentável, por ter maior durabilidade e por ser biodegradável, quando colhida manualmente traz danos à saúde humana. A seguir, o referido relato:

“Você não atinge 100% de sustentabilidade, é muito difícil, mesmo que eu compre um produto de algodão, tipo: ah, vou usar o algodão porque o algodão é natural! Eu não sei como é lá na fazenda que planta o algodão, não sei quem colheu aquele algodão, se foi uma criança, se foi uma pessoa que não tinha condição de ter aquele trabalho [...] Minha mãe, quando era criança, colhia algodão lá no interior, e era a coisa que fez meus outros tios se debandarem de casa, porque era a coisa pior que existia no mundo era ir colher esse algodão que entrava no nariz, no ouvido era um pavor da vida da pessoa era fazer aquilo ali.” (EC3, Feminino, 30).

Daí, segundo as verbalizações do Quadro 6, a preocupação em colocar as pessoas em primeiro lugar e, seguindo, o meio ambiente, ao invés de usar a justificativa de que tudo que for bom para o meio ambiente automaticamente será para as pessoas, porque pode ser que essa lógica, se analisada em detalhes, não consiga corresponder às expectativas.

Ao encontro de alternativas mais conscientes de consumo, que possam gerar benefícios tanto para as pessoas, pelo fator economia; quanto para o meio ambiente, por minimizar o desperdício de recursos naturais, surgem os modelos de consumo colaborativo. Segundo Petrine *et al.*, (2017), o consumo colaborativo, que está inserido em um contexto de iniciativas em prol da sustentabilidade, desponta como parte da economia compartilhada. Alinhado a ideia de consumo mais consciente por meio da economia compartilhada, a pesquisa em questão analisa uma loja de compartilhamento de peças do vestuário. Tendo em vista que esse segmento é, segundo Armstrong e La Lehw (2011), um dos grandes colaboradores à atual crise ecológica, que gera consequências negativas não só para o meio ambiente, mas também para as pessoas, dá-se a importância de pesquisá-lo para promover mais debates acerca do tema.

4.2 A prática de compartilhar peças do vestuário: como se processa

Essa subseção esclarece o processo de compartilhamento de peças do vestuário na loja analisada que se autodenominam brechó e loja compartilhada. O nome loja compartilhada, segundo as empreendedoras, é uma adaptação que elas criaram a partir da definição de loja colaborativa. A loja colaborativa, conforme o SEBRAE (2017) é um conceito originado na Europa que vem atraindo cada vez mais adeptos nas capitais brasileiras. A proposta é alugar, em um só espaço, prateleiras/araras/boxes para microempreendedores, possibilitando que os mesmo possam expor e comercializar seus produtos/peças/criações sem que haja muito investimento financeiro.

Então, partindo do conceito de loja colaborativa, a loja analisado também compartilha espaço com microempreendedores parceiros, mas diferentemente do apresentado pela

definição loja compartilhada, não há divisórias entre os produtos expostos. Todos são dispostos de maneira integrada ao ambiente. Em função dessa mudança, as empreendedoras intitularam o empreendimento de loja compartilhada, ao invés de loja colaborativa. Seguem depoimentos das sócias que explicam a diferença entre loja colaborativa e o que elas denominam como loja compartilhada:

A loja colaborativa, o formato dela aqui em Fortaleza, é nichozinhos. Assim, não tô diminuindo, mas é só isso! E aqui, não, a gente queria que tivesse essa ideia de realmente compartilhar o espaço sem segmentar, porque a gente faz uma curadoria de quem entra, para que as coisas dialoguem, tenha uma coisa a ver com a outra, sabe, essa é a ideia. Por isso, a gente quis mudar, assim é uma coisinha pequena de colaborar para compartilhar. (EE1, Feminino, 28)

Mas a gente pensou numa loja compartilhada de maneira orgânica, uma loja toda aberta, que não é separada por nichos, como nas outras lojas que eu conhecia né, que surgiram com essa necessidade de vários produtores diferentes, em locais diferentes (nichos), com identidades diferentes. (EE2, Feminino, 30)

A opção pela nomenclatura loja compartilhada, em substituição a loja colaborativa, não gerou nenhuma alteração perceptível às clientes pesquisadas. Elas acabaram definindo a loja compartilhada, conforme o conceito de loja colaborativa. A seguir alguns trechos em que as clientes demonstram esse dado:

Loja compartilhada mistura muitas marcas e brechó é coisa usada. (EG7, Feminino, 32)

Loja compartilhada é uma loja que as pessoas dividem o espaço. (EI14, Feminino, 31)

É loja compartilhada porque têm as marcas e tem coisas que vão além. (E13, Feminino, 22)

Sobre o compartilhamento do espaço físico, a loja compartilhada pesquisada o faz com alguns segmentos de produtos como: roupas novas de marcas locais (fundamentadas nos propósitos de produção *slow-fashion*), copos e canudos ecológicos (linha de produtos para evitar o uso único de plástico), acessórios, eco absorventes, óculos, sapatos, bolsas, discos e livros. Segue depoimento acerca do processo de seleção/critérios das marcas parceiras na loja compartilhada (pesquisada):

E aí, a gente quis trazer pra cá, tipo, marcas parceiras com a pegada parecida com a nossa, sabe, parecido com o conceito daqui: de ter uma coisa manual, de ser local, de ter um trabalho feito à mão, cuidado por trás, que transmita a ideia de aconchego, de *slow-fashion* [...] a gente pensou nesse conceito todo unido: de ser uma loja compartilhada de *slow-fashion*, uma moda compartilhada de consumo consciente. (EE2, Feminino, 30)

O compartilhamento do espaço físico na loja compartilhada, como fora mencionado, é realizado entre produtos de vários segmentos de consumo (sapatos, bolsas, acessórios, produtos ecológicos), e entre as parcerias com marcas de roupas de produção local. Essas parcerias com roupas também passaram a ocorrer na parte do brechó, por meio do modelo de consignação. Nas parcerias com marcas de roupas locais, as peças de vestuário são novas, e compartilham o espaço da loja para comercialização. Nas parceiras de compartilhamento consignado, as peças são usadas, nesse caso os clientes/praticantes do consignado levam peças de desapego (retiradas do próprio guarda-roupa) para serem comercializadas no espaço compartilhado da loja. O modelo de compartilhamento por consignação foi inspirado, principalmente, na parceria que as empreendedoras já realizavam com discos de vinil, assim como por uma demanda das clientes. A seguir, depoimentos que ilustram as duas situações citadas:

A ideia mesmo (de compartilhar) é das outras marcas (roupas novas, de produtores locais), mas acabou que o brechó virou compartilhado também, porque a gente recebe várias peças (usadas), de várias pessoas. Então, acaba que o brechó também é compartilhado. (EE1, Feminino, 28)

A gente tinha uma demanda, ao mesmo tempo de pessoas querendo desapegar, e a gente falou: por que não? [...] Enfim, eu adoro essa ideia das pessoas trazerem roupas pra cá. (EE2, Feminino, 30)

A primeira ideia de loja compartilhada é por causa dos parceiros que a gente tem, que veio do sebo de livro. Então, são livros usados, então junta com a ideia de brechó, né, de roupas usadas, os discos de vinil, que uma coisa que a gente tá vivendo agora, a qualidade do disco de vinil sendo revalorizada [...]E aí a gente começou a abrir também esse conceito de loja compartilhada para as pessoas trazerem roupas (usadas) pra cá. (EE2, Feminino, 30)

Uma das sócias ressaltou que o modelo de compartilhamento por consignado já ocorre em outros brechós, mas que pelo fato do empreendimento também ser uma loja compartilhada, o compartilhamento consignado de peças usadas ocorre de uma maneira mais específica, seguindo os moldes já utilizados nas parcerias realizadas pela loja compartilhada, nesse caso, com roupas novas que são produzidas por microempreendedores locais. O resultado disso, no compartilhamento consignado de peças usadas, segundo as empreendedoras, é uma maior organização na codificação das peças, no armazenamento delas e, principalmente, na prestação de contas. Na sequência, depoimentos que esclarecem a formatação do compartilhamento consignado:

A gente pega peças de outras pessoas que não têm marca [...] peças que a pessoa faz a limpa no guarda-roupa [...] a gente recebe em consignação. A pessoa traz a peça que fica exposta em torno de três, quatro meses. Mensalmente a gente entra em contato, por e-mail, informando o que foi vendido e a pessoa vai recebendo o valor

por mês. E depois do período (3, 4 meses), ela recebe o que não foi vendido ou deixa para doação. (EE1, Feminino, 28)

A gente tem um padrão de e-mail, a gente se comunica por e-mail, que a gente coloca: esse mês você vendeu, vamos supor R\$ 100,00, a sua parte é 45% disso. Então você tem R\$ 45,00 para receber. Segue abaixo lista de peças que a pessoa tem e as que foram vendidas, são pintadas. (EE1, Feminino, 28)

O número de pessoas interessadas em desapegar aqui cresceu muito. Hoje, tem fila de espera [...] Esse mês, por exemplo, na prestação de contas, tinha mais de 60 pessoas com peças aqui e mais a fila de espera. (EE1, Feminino, 28)

Aí, veio a necessidade de colocar tudo em planilhas, se responsabilizar pela roupa dos outros, organizar, saber onde as coisas estão, saber para quem foi vendida, por quanto elas foram vendidas. Então, administrar todas essas informações foi essencial e tá dando certo. (EE2, Feminino, 30)

Apoiando-se nesses relatos sobre o processo de compartilhamento de peças do vestuário, observa-se que além dele gerar retorno financeiro às praticantes e à loja compartilhada, também promove a circulação de peças usadas e, conseqüentemente, prolonga a vida útil das mesmas, evitando, dessa maneira, a utilização de recursos naturais e o descarte acelerado de produtos (AKATU, 2017). Outra informação importante, proveniente dos relatos, é quanto a comunicação entre a loja compartilhada e os clientes de compartilhamento consignado, que é realizada, exclusivamente, por meio de e-mails. A seguir, na Figura 12, um exemplo de e-mail com a prestação de contas mensal de um compartilhamento consignado.

Figura 12: E-mail com prestação de contas mensal

Oi, B.! Tudo bem? 

Segue as informações das suas vendas em consignação referente ao mês JANEIRO 2020.

O total das vendas no mês foi R\$ 59,00

A sua parte é equivalente a 40% das vendas (percentual reajustado a partir desse mês), ou seja R\$ 23,60

Você pode receber sua parte em crédito na loja, para trocar por outras peças do brechô ou pode receber em dinheiro; também pode resgatar uma parte em produto e o que sobrar em dinheiro.

Após seu retorno informando como você quer resgatar os seus valores, te responderemos em até três (03) dias úteis.

Segue seu relatório de vendas. Os produtos que estão pintados de rosa são os que foram vendidos, ok?

Para qualquer dúvida ou sugestão você pode responder esse e-mail. :)

SAÍDA	CÓDIGO	B. M. (BRUMO)	PREÇO ETIQUETA
JAN 20	BRUM001	BOINA VERMELHA EM LÃ COM ALONHA NA FRENTE - MKTD - U	R\$ 25,00
	BRUM002	VESTIDO JEANS COM BOTÕES MARRONS BARRA DESFIADA BOLSO FRONTAIS - CIPOLLA - 34	R\$ 37,00
	BRUM003	REGATA POLIESTER COM DETALHE EM RENDA PRETO - FEITIÇO - P	R\$ 20,00
	BRUM004	BLUSA POLIESTER CIGANINHA AMARRAÇÃO FRONTAL ESTAMPA ROMÃ LARANJA - FEITIÇO - P	R\$ 15,00
	BRUM005	CAMISA SOCIAL AMARELO ABERTO COM APLICAÇÃO DE SPIKE NA GOLA - EPEL - G	R\$ 24,00
	BRUM006	VESTIDO FLORAL VERDE COM FLORES ROSAS AMARRAÇÃO NA GOLA - DUE - P	R\$ 38,00
	BRUM007	MACACÃO ALGODÃO/LIUNHO ESTAMPA TROPICAL - VALENTINA - P	R\$ 30,00
	BRUM008	REGATA COSTA NADADOR ACETINADA LANTEXJOLAS DOURADO - P	R\$ 28,00
JAN 20	BRUM009	CAMISETA MALHA LISTRAS COLORIDAS CANDY - CORPO MALHADO	R\$ 22,00
	BRUM010	SAIA CROCHE LARANJA MESCLA CÔS AMARRAÇÃO - SM - P	R\$ 32,00
	BRUM011	BERMUDA BRIM AZUL MARINHO - POOL JEANS - 46	R\$ 25,00
	BRUM012	BLUSA ESTAMPA COQUEIROS SINTETICO - SM - P	R\$ 14,00
	BRUM013	BLUSA PRETA MALHA DETALHE COSTAS E MANGA TULE COM PRETÉ - GK FASHION - G	R\$ 20,00
	BRUM014	CAMISA DE BOTÃO MANGA LONGA QUADRICULADA BRANCO E AZUL - CALVIN KLEIN JEANS - P	R\$ 30,00
dez 19	BRUM017	SAIA JEANS LEVINHO GODÉ - SM - P	R\$ 25,00
JAN 20	BRUM019	TSHIRT LARANJA DEXTER - CN - GG	R\$ 12,00
	BRUM020	CAIÇA KADREX OCRE - DLP JEANS - 38	R\$ 45,00
	BRUM021	CINTO TECIDO COLORIDO COM FRANJÕES COLORIDO	R\$ 15,00
	BRUM022	BLAZER PRETO AZULADO COM OMBREIRAS - DOMENICO DOMO - GG	R\$ 100,00
dez 19	BRUM024	CAMISA BÁSICA PRETA FOLHA DO CANADÁ - MR2 - M	R\$ 18,00

Fonte: Dados de pesquisa (2019)

Conforme ilustrado na Figura 12, é possível verificar a comunicação, exclusivamente via e-mail, entre a loja compartilhada e o cliente consignado. Inicialmente, é apresentado o montante vendido no mês, evidenciando o percentual correspondente às partes envolvidas. Outro ponto especificado é como o cliente de compartilhamento consignado pode dispor da parte que lhe cabe: “crédito na loja para trocar por outras peças de brechô ou pode receber em dinheiro; também pode resgatar uma parte em produto e o que sobrar em dinheiro”. Em uma tabela, as peças recebem datas de saída (venda), códigos, especificação da peça (descrição detalhada, marca e tamanho) e o preço.

Ainda sobre as informações contidas no e-mail, as peças pintadas de rosa “escuro” são referentes as vendas do mês vigente; as pintadas em rosa “claro”, destacam as peças que já passaram pela prestação de contas, uma vez que foram vendidas nos meses anteriores, lembrando que o compartilhamento consignado vale por três ou quatro meses.

Sobre os códigos atribuídos às peças, eles são compostos por letras e números, e logo depois de lançados nas planilhas, eles vão para as etiquetas. Assim, logo que uma peça é

comercializada no compartilhamento consignado, seu código é pintado na planilha de prestação de contas. A seguir, a Figura 13 ilustra os códigos nas etiquetas das peças.

Figura 13: Etiquetas com códigos do compartilhamento consignado



Fonte: Dados de pesquisa (2019)

Segue, na Figura 13, algumas peças do compartilhamento consignado com suas etiquetas. Essas são feitas de papel reciclado e corda de sisal para fixá-las nas roupas. As informações contidas na etiqueta são: o código, que é composto por letras e números (conforme indica a seta), as letras são referentes às iniciais do consignante e números fazem alusão à quantidade de peças desapegadas por cada cliente; o tamanho da peça e o preço. A seguir, a Figura 14 apresenta as etiquetas das peças que não fazem parte do compartilhamento consignado.

Figura 14: Etiquetas com códigos que não fazem parte do compartilhamento consignado



Fonte: Dados de pesquisa (2019)

A Figura 14 exhibe peças de segunda mão que não fazem parte do compartilhamento consignado, ou seja, são as peças do brechó. O design das etiquetas é igual, a única diferença está nos códigos: nesse caso, eles começam com as iniciais REVI seguidas por números. As outras informações contidas nas etiquetas, assim como nas peças do compartilhamento consignado, são o tamanho e o preço.

4.3 Elementos da prática: materiais, significados e competências.

Nessa subseção são identificados os elementos da prática de compartilhar peças do vestuário. Entende-se que para o consumo sustentável ser observado a partir das teorias da prática, é necessário observar os três elementos. O primeiro se refere aos os elementos materiais, que são observados a partir de objetos e infraestrutura. No segundo elemento, tem-se uma discussão sobre os itens que correspondem às competências. Já o terceiro elemento, enumera as questões referentes aos significados.

Os dados aqui apresentados foram coletados de diversas formas, como mencionado nos procedimentos metodológicos. A pesquisa focou em clientes/praticantes e empreendedores/praticantes, pois todos fazem parte do contexto pesquisado.

“A primeira ideia de loja compartilhada é por causa dos parceiros que a gente tem (livros, vinil, higiene pessoal, acessório, copos e canudos ecológicos, sapatos, bolsas e roupas novas de produtores locais) [...] Aí a gente começou a abrir esse conceito de loja compartilhada para as pessoas trazerem roupas (usadas) pra cá [...] A gente tinha uma demanda, ao mesmo tempo de pessoas querendo desapegar, e a gente falou: por que não? [...] Enfim, eu adoro essa ideia das pessoas trazerem roupas pra cá”. (EE2, Feminino, 30)

O requisito para participar da coleta de dados era que os pesquisados tivessem o hábito de compartilhar peças de segunda mão no empreendimento analisado. Todas as participantes pesquisadas são do gênero feminino, elas, segundo uma das sócias, contemplam cerca de 85% do compartilhamento consignado.

Durante a realização do grupo focal, assim como na entrevista coletiva só compareceram mulheres. Nas minhas visitas à loja compartilhada, também verifiquei mais frequentemente a incidência de mulheres do que de homens (Nota de campo, 09/11/2019).

A preponderância feminina revela a empreendedora, é porque as mulheres são mais suscetíveis às mudanças da moda, portanto, acabam comprando mais e desapegando mais, tanto em função das novas tendências, quanto de alteração de peso (engordar e emagrecer).

Um dos fatores que pode justificar o menor número de compartilhamento masculino, é que os homens usam as mesmas roupas por mais tempo, finaliza.

4.3.1 Elemento material: objetos, ferramentas e infraestruturas.

Um dos três elementos que compõem a prática de compartilhar peças do vestuário é o material, e para essa pesquisa identificou-se que esse elemento compreende: objetos, ferramentas e infraestrutura. O Quadro 7 apresenta os principais elementos materiais relacionados aos objetos e ferramentas, necessário à realização da prática de compartilhar peças do vestuário.

Os achados apontaram que tanto elementos que já são comuns em empreendimentos convencionais, do segmento de vestuário, como as araras e as etiquetas com informações; quanto elementos mais peculiares, ou seja, elementos diferenciais que acabam impactando nos significados de consumir peças compartilhadas, como as plantas, os adesivos personalizados (valorizando ponto turístico de Fortaleza) e os objetos de decoração, são relevantes para a prática de compartilhar.

Nesse caso, percebe-se que, para a prática de compartilhar peças do vestuário são necessários tanto elementos materiais inerentes ao segmento convencional de vestuário, como novos elementos materiais que caracterizam uma prática situada. Os objetos e as ferramentas materiais elencados como componentes da prática de compartilhar peças do vestuário foram os seguintes: peças de roupas usadas, araras, etiquetas, sacolas, objetos (que inclui plantas, adesivos, peças de decoração e outros artigos como discos e livros, por exemplo) computador e *softwares*. Segue, no Quadro 7, relatos sobre o elemento material: objetos e ferramentas.

Quadro 7 – Elemento materiais: objetos e ferramentas

Cod.	Verbalizações sobre os elementos materiais	Elementos
EE1	“Peças (roupa) usadas e peças de produtores locais. A gente também vende uma linha de produtos pra evitar o uso único de plástico, digamos assim: o copo de plástico, o canudo de plástico e a gente quer expandir essa linha.” (Feminino, 28)	Roupa usada
EG6	“[...]você vai pensar o consumo consciente num lugar como esse, numa loja bonita limpa, com peças organizadas, lavada com etiqueta.” (Feminino, 22)	Roupa usada
EE2	“Precisa ter informação na etiqueta, por exemplo: informação de preço, tamanho, de ter o código.” (Feminino, 30)	Etiqueta
EE2	“[...] ter uma etiqueta com nome, de ter uma etiqueta com as informações necessárias, de apresentar um produto que seja usado, mas que as pessoas se interessem.” (Feminino, 30)	Etiqueta

EC3	“Esse lance das araras, colocar em lugar onde as pessoas vão ter o melhor acesso, onde as pessoas podem ver.” (Feminino, 30)	Araras
EG6	“Você percebe uma planta, uma mão (objeto de decoração) lá em cima dos livros [...], aí vê (adesivo) ‘peças com história’, tem o ambiente da praia de Iracema.” (Feminino, 22)	Plantas
EC3	“Dá a sensação que tudo é muito personalizado, que você vê que essa planta não foi colocada aqui só porque eu gosto de planta, mas para dar um cara de um lugar que zela pelo natural, também os outros produtos delas como os copos, canudos (objetos que descartam os de uso único) vão para essa questão da responsabilidade com o meio ambiente”. (Feminino, 30)	Plantas
EG8	“São tantas coisinhas (objetos) que parece que você ainda não conseguiu olhar tudo ainda.” (Feminino, 39)	Objetos de decoração
EE1	“Usamos um sistema de estoque para organizar tudo: vendas, os parceiros e as pessoas que fazem o consignado.” (Feminino, 28)	Computador +Softwares

Fonte: Dados de pesquisa (2019).

Como é possível observar, por meio das verbalizações apresentadas no Quadro 7, objetos e ferramentas trazem consigo a característica de acesso e informação como algo que é destacado, o que sugere que tais materiais são essenciais para praticar o compartilhamento de peças, assim como as próprias peças de roupas usadas. A loja compartilhada pesquisada faz o compartilhamento de peças femininas e masculinas. A ênfase na curadoria é por peças como características mais vintage, isto é, peças que tenham sido confeccionadas há aproximadamente duas décadas, ou que pelo menos, remetam à aparência vintage. Abaixo, Figura 15 como algumas peças de roupas de segunda mão comercializadas na loja compartilhada pesquisada.

Figura 15: Roupas de segunda mão comercializadas na loja compartilhada



Fonte: Dados de pesquisa (2019)

A Figura 15 destaca peças de roupas usadas que foram apontadas como um dos elementos materiais do compartilhamento de peças do vestuário. As peças, segundo os relatos

do Quadro 7, foram associadas tanto às competências de cuidado com as peças e organização, quanto ao significado de consumo consciente. Além das peças, as verbalizações do Quadro 7 apontam para outros elementos materiais (ferramentas e objetos) que estão associados a alguns significados de compartilhar peças do vestuário. Por exemplo, o painel da praia de Iracema na Figura 16, reporta o significado de valorização do local, um dos pressupostos importantes do *slow-fashion*, que está pautado na valorização de tudo que envolve o mercado local, desde a cultura, a produção e o consumo.

O adesivo “peças com história” atenta para o valor intrínseco que uma peça *vintage* carrega, uma vez que ela, para ser classificada como tal, precisa ter em média vinte anos de existência, isso quer dizer que essa peça traz características específicas de outro tempo, de outra geração; e, isso remete também para o significado de qualidade, uma vez que se trata de uma peça que não é nova, que pode ter sido fabricada há anos ou décadas atrás, no entanto ela se encontra linda, limpa e bem cuidada (elementos competências).

Figura 16– Painel com ambientação da loja compartilhada (detalhes: ambiente da praia de Iracema, adesivo “peças com história”, parede cor quente e discos de vinil).



Fonte: Dados de pesquisa (2019)

Outros elementos foram destacados durante a pesquisa como responsáveis por despertar interesse nos praticantes/ consumidores e por materializar o cenário. A Figura 17, a seguir, ilustra alguns outros elementos materiais que fazem os praticantes continuarem frequentando a loja compartilhada. As paredes com cores quentes, as plantas e o cantinho dos livros, remetem ao significado de aconchego, que se apresentou como caro aos praticantes de

compartilhar. O painel evidencia justamente esses elementos: plantas, cantinho dos livros e objetos de decoração.

Figura 17 – Painel com ambientação da loja compartilhada (detalhes: paredes com cores quentes, cantinho dos livros e plantas)



Fonte: Dados de pesquisa (2019).

Os elementos materiais objetos e ferramentas, apresentados até aqui, já fornecem indicativos acerca do que significa compartilhar peças do vestuário, entretanto ainda há um elemento material essencial a prática de compartilhar peças: a infraestrutura. Como o compartilhamento executado pela loja compartilhada é consignado, é necessária uma estrutura física para realizá-lo, pois apesar das peças também serem divulgadas virtualmente (por meio das redes sociais), o praticante leva sua peça desapego para ser exposta e comercializada fisicamente. A infraestrutura de compartilhar peças do vestuário foi ilustrada por meio do cenário e da ambientação que constituem a loja compartilhada. No mencionado elemento material foram listados: tamanho da loja compartilhada (pequeno), cor das paredes e iluminação mais quentes, música e internet. Quadro 8 apresenta verbalizações sobre a infraestrutura.

Quadro 8 – Elemento material: infraestrutura

Cod.	Verbalizações sobre elemento material infraestrutura	Elementos
EI11	“Espaço amplo é o da <i>fast-fashion</i> , impessoal, aqui é mais compacto. A <i>fast-fashion</i> é muito ampla e aqui é mais compacto, é mais intimista, o atendimento é totalmente diferente.” (Feminino, N.I)	Tamanho da loja compartilhada
EC4	“É a questão do tamanho (loja compartilhada), porque brechó eu acho muito mais acolhedor. Já a loja de departamento, de <i>fast-fashion</i> , por mais acolhedora que ela queira ser ou passar isso e tal, pra mim é um ambiente extremamente frio.” (Feminino, 30)	Tamanho da loja compartilhada
EG8	“A iluminação é mais quente, e são tantas coisinhas que você ainda não conseguiu olhar tudo.” (Feminino, 39)	Iluminação Quente

EC3	“Tem uma ideia de aconchego, a luz é mais aconchegante, é uma luz mais fraca, mas que ao mesmo tempo não é escuro, você consegue ver tudo.” (Feminino, 30)	Iluminação quente
EE1	“Eu não imagino aqui sem esse recurso, sem detalhes, luz amarela.” (Feminino, 28)	Iluminação Quente
EG6	“As cores das paredes são quentes: o rosa, o telha, você se sente abraçada.” (Feminino, 22)	Paredes com cores quentes
EE1	“E aí, você ter uma loja que vende roupas usadas, mas em ótimo estado, são legais, um ambiente legal, com a música, parece com uma loja ‘normal’.” (Feminino, 28)	Música
EE2	“A gente é um brechó, as músicas que tocam aqui são músicas antigas, às vezes tocam assim umas mais atuais, mas a gente sempre coloca assim uns <i>flashbacks</i> , músicas antigas, músicas brasileiras. Tudo isso tá atrelado nessa ideia, sabe, de valorização do que é daqui.” (Feminino, 30)	Música
EG8	“O instagram facilitou muito isso, os grupos de whatsapp, tudo facilitou, a rede social facilitou muito.” (Feminino, 39)	Internet
EI16	“Conheci (a loja compartilhada) pelas redes sociais e indicação de amigos.” (Feminino, N.I)	Internet
EE1	“A gente tem um padrão de e-mail, a gente se comunica por e-mail, a gente coloca[...]Segue abaixo lista de peças que a pessoa tem, e as que foram vendidas são pintadas[...]Outros brechós que a gente conhece também recebe, consignação (modelo de compartilhamento de peças). Eu não sei se a organização delas é a nossa, principalmente pelo volume de pessoas que a gente tem que prestar contas. Quanto mais pessoas, mais chance de erro a gente tem.” (Feminino, 28)	Internet
EE1	“A gente tá na internet, a gente vende roupa usada, e aqui na avenida não tem nada de roupa usada, só de produção de fábrica.” (Feminino, 28)	Internet

Fonte: Dados de pesquisa (2019).

Observou-se, durante a coleta de dados, que os elementos materiais infraestrutura, assim como os objetos e ferramentas, apontados pelos entrevistados, compunham e descreviam o cenário da prática de compartilhar peças do vestuário na loja compartilhada pesquisada, como aconchegante (elemento significado). Esses dados estão caracterizados nos elementos: tamanho da loja compartilhada (pequena), cor das paredes e iluminação mais quentes, música. A internet, como observado no quadro, além de ser um canal para divulgação da loja compartilhada, também é indispensável para prestação de contas e organização do compartilhamento consignado conforme relato apresentado no quadro.

Dessa forma, foi verificado a partir da ótica dos praticantes/consumidores e empreendedores, que tais características fazem um contraponto direto às lojas de departamento, os *fast-fashions*, que são descritas como frias, padronizadas, impessoais e artificiais. Essa percepção é evidenciada nos depoimentos a seguir:

[Durante realização do grupo focal, dia 19/11/2019]

A loja compartilhada tem um ambiente realmente acolhedor, a seleção de músicas que tocou (volume baixo) durante a manhã do grupo focal, assim como em várias vezes que estive nele, é de sucessos que marcaram época. O tom mais quente das

paredes e das luzes, assim como o frescor do ar condicionado, amenizam a claridade e o calor costumeiros de Fortaleza. Além desses detalhes, os objetos de decoração, alguns deles como parte dos produtos compartilhados como livros e vinil, as plantas e o cantinho da praia de Iracema, complementam o cenário hospitaleiro, caloroso e muitas vezes, recheado de risos, por parte dos atendentes. A junção de todos esses elementos cria uma atmosfera bem diferente dos *fast-fashions* que geralmente tocam músicas americanas e são muito iluminados (luz branca). (Notas de campo, 19/11/2019)

Eu acho que é uma sensibilidade que me faz (pausa) sei lá, é uma percepção do espaço que combina mais com gente. Você vê que não é uma indústria, você vê que é uma coisa que você sabe quem é, pra onde vai seu dinheiro. É uma experiência mesmo. (EG7, Feminino, 32)

[...] transmita a ideia de aconchego, de *slow-fashion*. (a loja compartilhada) (EE2, Feminino, 30)

Eu acho mais acolhedor, menos artificial, porque ver aquele monte de coisa de uma coisa de uma cor só, um monte de coisa de um modelo só. Perde a personalidade, a personalização, é como se aqui você fosse capaz de encontrar qualquer coisa pra você, né, e uma coisa única. (EG8, Feminino, 39)

Grande parte dos elementos materiais apontados pelas pesquisadas indicam a relação desses elementos com outro elemento da prática, o significado, que nesse caso, como já fora mencionado, é de aconchego. Outro elemento material (adesivos) lembrado pelos pesquisados, faz referência à história das peças, ou seja, reforça a ideia que as peças da loja compartilhada podem ter sido confeccionadas há anos atrás. Entretanto, elas estão limpas, bem cuidadas e organizadas nas araras da loja compartilhada. Nesse ínterim, também dá para identificar a relação de elementos materiais (peças usadas, araras e adesivos), com alguns elementos de competências (cuidado com as peças e identificar a qualidade das peças) apontados pelos pesquisados. Na subseção seguinte, serão apresentados os elementos competências de compartilhar peças do vestuário.

4.3.2 Elementos competência: conhecimentos e habilidades incorporadas.

O elemento competência compreende as regras e convenções de como realizar e reproduzir “algo”, pelos membros de uma comunidade envolvida (como fazer uma caminhada nórdica ou um jantar, por exemplo) (SHOVE; PANTZAR, 2005). As competências apontadas como adquiridas, por meio da prática de compartilhar peças do vestuário são: cuidado com as peças (lavagem), revitalização, desapego, organização, habilidade de reconhecer a qualidade da peça, autoconhecimento corporal, conhecimento corporal, habilidade de combinar peças e curadoria.

Durante a pesquisa, identificou-se que em alguns casos, uma competência adquirida leva a outra competência, e ambas, assim como as demais competências elencadas pelos entrevistados, estão associadas à diminuição das compras e menos desperdício, por conseguinte, a um consumo mais consciente. Seguem, no Quadro 9, os trechos que ilustram o elemento competência:

Quadro 9 – Elemento competências: conhecimentos e habilidades incorporadas

Cod.	Verbalizações sobre o elemento competências	Elementos
EC4	“[...] Hoje, não, eu tenho a mentalidade quando eu compro uma peça, que eu vou usar, se eu puder, eu vou lavar a mão, vou cuidar o máximo possível dela. Porque depois eu posso monetizar isso de volta pra mim, vendendo pra uma amiga, ou posso dar para uma amiga que gostou [...] posso trocar.” (Feminino, 30)	Cuidado com as peças (lavagem)
EG6	“As roupas de departamento, eu percebo que elas exigem mais lavagens, porque elas ficam sujas mais rápido. Aqui em Fortaleza, tudo fica sujo muito rápido por causa do calor. Mas, às vezes as roupas de brechó, tipo uma blusa, por mais que seja um tecido que não respire, eu uso mais vezes na semana, posso usar 2, 3 vezes uma calça jeans de brechó eu uso 4, 5 vezes na semana e ela não fica suja, não fica cheiro, dá para usar. Mas, de departamento tem que lavar quase todo dia.” (Feminino, 22)	Cuidado com as peças (lavagem)
EE2	[...]ter que cuidar das roupas pra não mofar, pra não pegar traça.” (Feminino, 30)	Cuidado com as peças
EE1	“A gente tem um cuidado com cada peça, de expor apenas peças com qualidade, de tentar reparar, de tentar revitalizar as peças, pra que elas continuem. Às vezes a gente garimpa peça manchada, cortada, rasgada que outras pessoas não iriam comprar daquele jeito, sabe. Então, você tendo cuidado naquilo, aquela peça se torna atraente novamente.” (Feminino, 28)	Cuidado com as peças
EE2	“[...] experiência de cuidado com o material físico, né, de colocar as roupas no sol porque elas ficam aqui paradinhas e aí vai criando uma poeirinha, um mofinho [...]tem que ter muito com essa limpeza das peças, porque uma pessoa começar a expirar, aí já fica aquela coisa: ah, meu Deus, é um brechó e as roupas estão mofadas. “Então, tem que ter um cuidado com isso, sabe.” (Feminino, 30)	Cuidado com as peças
EG8	“Eu pego no tecido, ele vai aguentar lavagem? Vai! Eu vou precisar engomar? São duas coisas que me pergunto”. (Feminino, 39)	Qualidade da peça (reconhecer a qualidade)
EG9	“[...] eu já tento priorizar um algodão. Porque têm uns tecidos sintéticos que é mesmo que você tá comprando uma garrafa plástica, um sei lá o quê.” (Feminino, 33)	Qualidade da peça (reconhecer a qualidade)
EG8	“Quando você chega no brechó e vê que a roupa aguentou o tranco de outra usuária, então essa peça é boa. Então, ela acaba tendo uma pegada da sustentabilidade, porque você tá investindo em algo que tem durabilidade maior, porque tem muita roupa descartável, você vê pelo tecido.” (Feminino, 39)	Qualidade da peça (reconhecer a qualidade)
EI11	“Dar peças! Eu recebo e eu dou peças. É um desapego, eu não era tão desapegada, eu juntava muito, e daí com essas novas propostas, eu fiquei desapegada. Por exemplo, agora eu vou na casa de uma amiga, e daí a gente vai fazer arrumação do guarda-roupa dela, ela vai me dar peças e eu vou dar peças minhas pra ela. Vou circular coisas, eu faço em média isso 2 vezes por ano. Eu dou e recebo peças e faço circular coisas.” (Feminino, N.I)	Desapego
EG9	“[...] quando eu tenho peça no meu guarda-roupa, tipo, que eu tô há dois meses sem usar, eu passo pra frente, troco.” EG9 (Feminino, 33)	Desapego

EG7	“Às vezes tem uma roupa super bacana no seu guarda-roupa: ah, eu vou emagrecer! Deixa essa roupa ir embora, meu guarda-roupa que mude.” (Feminino, 32)	Desapego
EC5	“A dificuldade que eu sentia nos brechós daqui, é porque é tudo muito tumultuado, bagunçado, não havia curadoria, e a curadoria delas é ótima.” (Feminino, 29)	Curadoria/ Roupas
EE1	“A gente faz uma curadoria de quem entra, para que as coisas dialoguem, tenha uma coisa a ver com a outra, sabe. Essa é a ideia.” (Feminino, 28)	Curadoria/ roupas/parceiros
EI11	“Eles tem uma curadoria, eu não posso deixar qualquer peças, quando eu venho deixar pra compartilhar, tem que ter uma pegada mais vintage.” (Feminino, N.I)	Curadoria/ roupas/parceiros
EC4	“A palavra-chave é curadoria e vivência de mundo. Elas (sócias da loja compartilhada) foram morar em outros lugares do mundo. Então, eu acho assim que se você vai para outras partes do mundo, você vai em brechós, seja nos EUA[...], ou em Londres, ou em Lisboa, você vai encontrar peças únicas, com a questão da estética, o lance estético mesmo, peças bonitas, únicas e com preço acessível. E eu acho que o que faz com que isso aconteça é a curadoria.” (Feminino, 30)	Curadoria/ Roupas
EE2	“A gente é um brechó, as músicas que tocam aqui são músicas antigas, às vezes tocam assim umas mais atuais, mas a gente sempre coloca assim uns <i>flashbacks</i> , músicas antigas, músicas brasileiras. Tudo isso tá atrelado nessa ideia, sabe, de valorização do que é daqui.” (Feminino, 30)	Curadoria/ Músicas
EE1	“Usamos um sistema de estoque para organizar tudo: vendas, os parceiros e as pessoas de fazem o consignado.” (Feminino, 28)	Organizar
EG6	“[...] você vai pensar o consumo consciente num lugar como esse, numa loja bonita limpa, com peças organizadas, lavada com etiqueta.” (Feminino, 22)	Organizar
EE2	“A principal coisa para abrir uma loja compartilhada é a organização, responsabilidade. Saber que você está lidando com o trabalho de outras pessoas, isso envolve ter senso de organizar os números, os valores[...] as planilhas.” (Feminino, 30)	Organizar
EG6	“A partir do momento que eu comecei a perceber as roupas que eu vestia, abriu um leque no olhar, um escopo pra eu perceber: ah, mas eu tô usando plástico, mas tô usando um shampoo que prejudica o meio ambiente.” (Feminino, 22)	Consumo consciente
EI13	“Todas as roupas que a gente precisa, já existe.” (Feminino, 22)	Consumo consciente
EG9	“Quando eu comecei a mudar minha forma de consumo, com peças de segunda mão, eu comecei a perceber que não era só na roupa a questão da sustentabilidade.” (Feminino, 33)	Consumo consciente
EE2	“E aí, a gente quis trazer pra cá, tipo marcas parceiras com a pegada parecida com a nossa, sabe, parecido com o conceito daqui: de ter uma coisa manual, de ser local, de ter um trabalho feito à mão, cuidado por trás, que transmita a ideia de aconchego, de <i>slow-fashion</i> [...] a gente pensou nesse conceito todo unido: de ser uma loja compartilhada de <i>slow-fashion</i> , uma moda compartilhada de consumo consciente.” (Feminino, 30)	Consumo consciente (valorização do local)
EG6	“Consumindo em brechó, ao encontrar essas peças únicas, eu comecei a conhecer muito mais meu corpo, porque eu olho e sei que modelagem me veste bem, me favorece [...] também comecei a consumir menos, porque eu conheço mais meu guarda-roupa, aí eu sei tudo que tenho e eu: ah, essa blusa combina com essa saia, mas também combina com esse cropped, com esse sapato. Aí vou misturando tudo e fazendo várias combinações. Eu tô sempre usando as mesmas peças, mas eu sempre defino que essa roupa é nova, porque não repito o look, eu só mudo as combinações.” (Feminino, 22)	Autoconhecimento corporal

EG7	“Todos os corpos são diferentes e você vai nas lojas (departamento) e elas têm um padrão de corpo que eu não tenho, então eu sei mais ou menos qual é a roupa que vai funcionar em mim.” (Feminino, 32)	Autoconhecimento corporal
EE1	“É realmente um processo meio de <i>stylist</i> mesmo, um <i>personal stylist</i> , de você conhecer a pessoa, saber como ela veste tentar saber o caimento (da peça no corpo). Isso é um processo, que eu acho muito diferente de uma loja convencional, justamente por essa falta de variedade de tamanho.” (Feminino, 28)	Conhecimento corporal

Fonte: Dados de pesquisa (2019).

Os elementos competências listados pelos pesquisados (consumidores/ praticantes e empreendedores), indicam como é que o compartilhamento de peças do vestuário é realizado e reproduzido pelos praticantes da loja compartilhada pesquisada, uma vez que a prática é localizada, pois corresponde a uma cultura e a uma situação (SHOVE; PANTZAR, 2005).

Consistindo-se dos relatos apresentados no quadro é possível observar que as competências estão associadas, em grande parte, ao prolongamento da vida útil das peças: cuidar das peças e reconhecer, qualidade das peças e desapego, exemplificam isso. De forma geral, as competências remetem a ideia de um consumo mais consciente, assim como promovem maneiras de viabilizar a melhor forma de tornar esse consumo consciente mais atrativo aos praticantes, como por meio do cuidado com as peças, da qualidade das peças, da curadoria e da organização. No caso do autoconhecimento corporal e do conhecimento corporal, essas habilidades evitam o consumo excessivo de peças. A seguir, exemplos de elementos competências relacionados com outros elementos da prática de compartilhar peças do vestuário, segundo observado no quadro.

O cuidado com as peças (lavagem), por exemplo, é uma competência tanto dos empreendedores quanto dos praticantes/ consumidores. As verbalizações apontam que esse cuidado (elemento competência) com as peças usadas (elemento material), significa economia (elemento significado), uma vez que as peças bem cuidadas duram mais tempo e demoram mais a serem descartadas. Portanto, tanto atendem aos princípios sustentáveis (elemento significado), como corresponde a economia, uma vez que essas peças bem cuidadas podem ser vendidas, ou seja, revertidas em dividendos aos praticantes.

Reconhecer a qualidade das peças, também é uma competência que está muito associada à economia (elemento significado) e a questão da sustentabilidade/ consumo sustentável (elemento significado). A relação com economia é porque peças de qualidade têm maior durabilidade e a relação com sustentabilidade se processa porque peças de qualidade, via de regra, são de fibras naturais (como o algodão) e não de fibras sintéticas, que são mais frágeis e descartáveis, e levam muito mais tempo para se decompor na natureza.

O desapego é uma competência que também está relacionada ao consumo consciente (significado), uma vez que fazer as peças circularem, aumenta o ciclo de vida delas e evita o descarte precoce.

A curadoria das roupas é uma competência que remete diretamente à exclusividade (elemento significado) e ao estilo (elemento significado). A curadoria é uma competência que compete tanto aos empreendedores (porque são eles que fazem a seleção final das peças que são compartilhadas), quanto aos consumidores/praticantes (porque eles também fazem uma curadoria prévia para desapegar as peças compatíveis com a proposta da loja compartilhada).

Quanto à curadoria de músicas, é uma competência dos empreendedores que tem a finalidade de compor o contexto, por promover o conceito do estilo *vintage* (elemento significado) que vem das peças usadas (elemento material), e ainda criar uma atmosfera de aconchego (elemento significado).

A organização é uma competência que fornece ao ambiente tanto o significado de aconchego (elemento significado) quanto à ideia de desmistificação da roupa usada (elemento significado).

A competência consumo consciente fomenta o significado de consumir de maneira mais consciente (elemento significado), que nesse caso ocorre porque o consumo consciente (elemento competência) é um conhecimento adquirido e incorporado aos praticantes (empreendedores e consumidores) que os leva a produzir e reproduzir o consumo consciente de peças do vestuário, que por sua vez também é um significado para o compartilhamento de peças do vestuário.

Além das competências já elencadas no Quadro 9, seguem os Quadros 10 e 11 com verbalizações que ilustram competências correlatas, isto é, competências adquiridas que promoveram outras competências.

4.3.2.1 Elemento competência (habilidades correlatas)

Ainda descrevendo as competências elencadas pelos praticantes de compartilhamento de peças do vestuário, observou-se que havia casos em que duas habilidades eram correspondentes. O primeiro deles, é o desenvolvimento do autoconhecimento corporal que resulta na habilidade de combinar mais peças, segundo evidencia o depoimento no Quadro 10:

Quadro 10 – Elemento competências correlatas: autoconhecimento corporal e habilidade de combinar peças

Cod.	Verbalizações sobre o elemento competências correlatas	Elementos
EG6	“Consumindo em brechó, ao encontrar essas peças únicas, eu comecei a conhecer muito mais meu corpo, porque eu olho e sei que modelagem me veste bem, me favorece [...] também comecei a consumir menos, porque eu conheço mais meu guarda-roupa, aí eu sei tudo que tenho e eu: ah, essa blusa combina com essa saia, mas também combina com esse cropped, com esse sapato. Aí vou misturando tudo e fazendo várias combinações. Eu tô sempre usando as mesmas peças, mas eu sempre defino que essa roupa é nova, porque não repito o look, eu só mudo as combinações.” (Feminino, 22)	Autoconhecimento corporal + Habilidade de combinar peças

Fonte: Dados de pesquisa (2019).

De acordo com o relatado, a habilidade de autoconhecimento corporal favoreceu a habilidade de combinar peças e, nessa situação, a correlação das competências proporcionou benefícios, em razão de a entrevistada ter apontado que, ao mesmo tempo em que não se sente socialmente diferente, tendo em vista que o padrão social adotado em Fortaleza consiste em evitar repetir roupas, ela também não sente a necessidade de consumir em excesso (consumo consciente - elemento competência), segundo relato a seguir:

[...] nesse ritmo de consumo que a gente tem a gente não quer repetir roupas, essa aprendizagem, isso de combinar roupas foi me deixando mais tranquila em não querer consumir tanto, porque eu combino as roupas mudando, é uma análise combinatória mesmo do que eu tenho no guarda-roupa. (EG6, Feminino, 22)

Outra correspondência refere-se ao caso da habilidade de cuidado com as peças, que sucedeu também na habilidade de revitalização das peças e, portanto, não se restringiu apenas a questões de limpeza, como lavagem ou exposição da peça sol (para evitar mofo), mas em transformação (customizar) da peça, que resulta tanto na questão de exclusividade (elemento significado) da peça, quanto no prolongamento do seu ciclo de vida (consumo consciente - elemento significado). Segue a informação, conforme relato no Quadro 11:

Quadro 11 – Elemento competências correlatas: cuidado com as peças e revitalização

Cod.	Verbalizações sobre o elemento competências correlatas	Elementos
EE1	“A gente tem um cuidado com cada peça, de expor apenas peças com qualidade, de tentar reparar, de tentar revitalizar as peças, pra que elas continuem. Às vezes a gente garimpa peça manchada, cortada, rasgada que outras pessoas não iriam comprar daquele jeito sabe, então você tendo cuidado naquilo, aquela peça se torna atraente novamente.” (Feminino, 28)	Cuidado com as peças + Revitalização

Fonte: Dados de pesquisa (2019).

Baseando-se nos relatos que compõem essa seção, por meio dos quadros 10 e 11, percebe-se que as competências correlatas ampliam a possibilidade de um consumo mais sustentável, uma vez que tanto o autoconhecimento corporal relacionado com a habilidade de

combinar peças promove a redução de consumo; quanto à habilidade de cuidado com as peças ligada a revitalização de peças fomenta o prolongamento da vida útil das peças, evitando o descarte precoce.

4.3.3 Elemento significado: convenções culturais, expectativas e significados socialmente compartilhados.

O último dos três elementos necessários à prática é o significado. Os significados indicam as imagens associadas a determinada prática, e essas imagens, em grande parte, dependem do tipo de pessoas que elas (práticas) atraem e das ideologias que elas sustentam (SHOVE; PATZAR, 2005). No âmbito de compartilhar peças de vestuário, na loja compartilhada analisada, foram enumerados os seguintes significados: exclusividade, aconchego, economia (preço x qualidade), consumo consciente pela valorização do local, estilo, desmistificação da roupa usada, curadoria, organização e ressignificação da roupa usada. A seguir, Quadro 12 com elemento significado:

Quadro 12 – Elemento significado: convenções culturais, expectativas e significados socialmente compartilhados.

Cod.	Verbalizações sobre o elemento significado	Elemento
EG6	“[...] eu acho que nos últimos tempos, a gente tem muito a necessidade de se sentir únicos, ser exclusivo. E aí, os produtos estão cada vez mais exclusivos: do streaming spotify ao algoritmo do que você escuta, a netflix indicando o que você vai gostar de ver, e aí a roupa também tem isso. Você quer se sentir única, você não quer se sentir numa linha de produção, numa loja de departamento.” (Feminino, 22)	Exclusividade
EC5	“Não interessa se é novo ou usado, mas são peças exclusivas, tanto na questão do design da estética, como são peças únicas mesmo, uma calça da década de 90 que não é mais produzida com aquela qualidade de jeans.” (Feminino, 30)	Exclusividade
EE1	“A questão do brechó é diferente, porque são peças únicas, é só aquela, sabe!” (Feminino, 28)	Exclusividade
EG8	“Nunca dá pra dizer assim: tem uma peça M? Tem G?” (Feminino, 39)	Exclusividade
EG6	“Qualidade, preço e por a peça, mesmo ela sendo uma peça que foi produzida várias vezes, dá um ar da peça ser única, de exclusividade, que eu não vou encontrar outra pessoa usando ela, porque você tá vendo ela sozinha, numa loja de departamento (<i>fast-fashion</i>), você tá vendo tudo junto. Você acha que vai na esquina e vai ver alguém igual a você, que vai na balada à noite e tá alguém vestido com a mesma blusa.” (Feminino, 22)	Qualidade
EI17	“Durabilidade, autenticidade, preço e também por questões de ser menos matéria prima nova e tal. Questão de sustentabilidade mesmo.” (Feminino, N.I)	Qualidade
EG8	“Quando você chega no brechó e vê que a roupa aguentou o tranco de outra usuária, então essa peça é boa. Então, ela acaba tendo uma pegada da sustentabilidade, porque você tá investindo em algo que tem durabilidade maior, porque tem muita roupa descartável, você vê pelo tecido.” (Feminino, 39)	Qualidade

EG6	“Pra mim, a coisa do consumo consciente veio depois, porque antes era um exercício estético e de bolso, de dinheiro, porque ninguém nasceu herdeira.” (Feminino, 22)	Economia
EG8	“Não vou ser hipócrita, não! A primeira coisa que eu penso, é comprar peças legais com preço bacana [...] roupa que a gente já sabe que vai durar que não é descartável.” (Feminino, 39)	Economia
EI15	“[...] Gosto de coisas que tenham durabilidade. Eu prefiro pra uma peça de segunda mão, do que ir Centro Fashion (shopping popular, em Fortaleza) desses, que você paga bem baratinho por uma peça, mas que é praticamente descartável. Eu gosto de qualidade e não me incomodo de ser de segunda mão.” (Feminino, N.I)	Qualidade
EC5	“[...] a questão do preço e estilo. Acho que os dois estão bem juntos, porque eu não posso dizer que é só o estilo, porque se fosse caro, eu não compraria.” (Feminino, 30)	Preço
EC4	“[...] eu vou encontrar algo de segunda mão bom, né, tanto na qualidade como esteticamente também do meu gosto, bonitos.” (Feminino, 29)	Qualidade
EE1	“Primeiramente, era uma questão de estilo, não era inicialmente uma questão de sustentabilidade. Eu gosto muito dessa coisa vintage, essa coisa mais diferente, fora da moda atual.” (Feminino, 28)	Estilo
EI12	[...] ela (loja compartilhada) parece ser uma loja convencional, então assim, eu não faço distinção. Convencional, no sentido de conforto de atendimento. As peças serem todas organizadas, as peças serem todas setorizadas, de decoração também, do design da loja (Feminino, N.I)	Organização
EG6	[...]você vai pensar o consumo consciente num lugar como esse, numa loja bonita limpa, com peças organizadas, lavada com etiqueta.” (Feminino,22)	Organização
EG7	“Antes de tudo eu boto o conceito verde, é a coisa mais importante que me faz realmente sair de casa. É pensar no que já tá no mundo, de não produzir lixo.” (Feminino, 32)	Consumo Consciente
EE11	“Aumentar o ciclo de vida da peça, dar nova vida pra peça.” (Feminino, N.I)	Consumo Consciente
EE1	“[...]Quando eu apoio um produtor local, um artista local, um artesão local, esse dinheiro tá circulando aqui dentro. Tipo assim, a roupa que eu vou compra dele, ele vai comprar o pão para comer, que vem do padeiro e vem todo mundo se sustentando e vivendo bem nisso, sabe.” (Feminino, 28)	Consumo consciente
EC4	“Saber de quem você tá comprando. Movimentando a economia local [...] sabendo de quem você tá comprando, na reutilização, né, tipo é uma coisa que uma pessoa já usou, outra pessoa vai usar.” (Feminino, 30)	Consumo consciente
EE2	“Quando a gente fala de uma loja compartilhada com produtores locais, ela é um consumo consciente porque vai tá fortalecendo produtores, empreendedores daqui de Fortaleza.” (Feminino, 30)	Consumo consciente
EI15	“Eu acho muito mais aconchegante você entrar num brechó, numa loja assim, do que você entrar numa loja de departamento que você não tem atenção de ninguém: você que tá ali, você escolhe, você que vai no caixa. Então, não tem aquele contato igual tem numa loja dessa aqui.” (Feminino, N.I)	Aconchego
EI16	“Se sente mais à vontade, aconchegante!” (Feminino, 25)	Aconchego
EC4	“[...] brechó eu acho muito mais acolhedor. Já a loja de departamento, de <i>fast-fashion</i> , por mais acolhedora que ela queira ser ou passar isso e tal, pra mim é um ambiente extremamente frio.” (Feminino, 30)	Aconchego
EE1	“Tentar fortalecer a ideia de uso de peças usadas, porque Fortaleza é um nicho muito específico de quem compra brechó [...]não é uma cultura daqui, não se tem essa cultura aqui[...] Eu acho que isso (empreendimento) incentiva e tenta quebrar um paradigma mesmo, de o	Desmistificar roupa usada

	que é usar uma roupa usada.” (Feminino, 28)	
EC4	“O legal é que tem muita gente que tem preconceito com roupa de brechó, usada, porque: ah, é de morto! Ou tem aquela coisa da energia, e a forma como elas (empreendimento pesquisado) fazem, quando você acompanha no instagram, ou vai na loja, tira essa imagem, porque você não tá vendo um monte de coisas amontoadas, mal cuidada e tudo.” (Feminino, 30)	Desmistificar roupa usada
EI12	“[...] Evolução tanto no sentido dos brechós, porque a gente tem a ideia normalmente que brechó é roupa suja, cheira a mofo e tudo mais. E ela (loja compartilhada) descontrói totalmente essa imagem.” (Feminino, N.I)	Desmistificar roupa usada
EG8	“Eu vou fazer 40 mês que vem. Então, têm uns 20 anos que eu compro roupa de brechó. Mas hoje é mais legal aqui em Fortaleza, a aceitação de roupa de brechó hoje [...] antigamente tinha uma besteira muito grande.” (Feminino, 39)	Desmistificar roupa usada
EE2	“O mais importante é trazer a roupa usada para um ambiente organizado e limpo, que as pessoas que não têm o hábito de consumir roupa usada, conseguissem abrir mais a cabeça pra essa maneira de consumo, sabe!” (Feminino, 30)	Desmistificar roupa usada
EG8	“Quando chega num brechó, essa roupa foi escolhida por alguém, então geralmente são umas roupas mais bacaninhas, tem a coisa da curadoria.” (Feminino, 39)	Curadoria (roupas)
EC5	“A dificuldade que eu sentia nos brechós daqui, é porque é tudo muito tumultuado, bagunçado, não havia curadoria, e a curadoria delas é ótima.” (Feminino, 29)	Curadoria (roupas)
E113	“Traz uma coisa mais afetiva, né! [...] Também a coisa do garimpo (curadoria), delas escolherem roupas e exporem [...] e o principal é a ideia tanto de compartilhar, reutilizar, a coisa do sustentável.” (Feminino, 22)	Curadoria/ (roupas)

Fonte: Dados de pesquisa (2019).

Baseando-se nos depoimentos ilustrados no quadro, percebe-se que a exclusividade é uma das imagens mais associadas à prática de compartilhar peças, uma vez que cada peça, mesmo tendo sido produzida em quantidade, por não ser exposta junto a demais peças iguais de grades (tamanhos) e cores diferentes, como ocorre em lojas de departamento, é vista com exclusiva, vale lembrar também que essas peças, via de regra, foram confeccionadas há anos atrás, o que remete ainda mais à ideia de exclusividade e também está associada à questão de estilo. Somado a isso, vem também à questão de preço e qualidade.

A ideia de qualidade, muito associada ao preço, por conseguinte, à economia, está muito relacionada ao consumo consciente, também apontado como significado. Uma vez que, mediante observado no quadro, a qualidade pressupõe a durabilidade das peças, e essa questão remete a ideia de sustentabilidade, pois essas peças levarão mais tempo para serem descartadas no meio ambiente. Outros significados como desmistificação da roupa usada, aconchego e organização, acabam tendo a função de, uma vez a prática estabelecida, criar um circuito de reprodução que dará sustentação à mesma. A seguir, exemplos de elementos

significados relacionados com outros elementos da prática de compartilhar peças do vestuário, segundo observado no quadro.

Sobre o significado exclusividade, ele está associado à curadoria (elemento competência) que foi realizada e possibilitou que a peça de roupa (elemento material) fosse disponibilizada na loja compartilhada.

Quanto ao significado de qualidade, ele é possibilitado por meio da habilidade de reconhecer a qualidade das peças (elemento competência) que foram selecionadas pela curadoria (elemento competência).

O significado economia está associado à relação preço x qualidade, que nesse caso, advém da habilidade de reconhecer a qualidade das peças (elemento competência) relacionando-o ao preço cobrado, justificando a vantagem de adquiri-la.

O significado organização que remete à desmistificação da roupa usada (elemento significado) que só é possível em função da habilidade de organizar (elemento competência).

O significado consumo consciente está associado à habilidade de reconhecer a qualidade da peça (elemento competência). Por meio da aquisição de uma peça de qualidade a praticante evita o descarte rápido, pois ela pode, caso cuide da peça, usá-la por muito tempo e ainda tem a chance de vendê-la, trocá-la ou doá-la, prolongando dessa maneira, a vida útil da peça.

O significado estilo está diretamente relacionado à curadoria de roupas (elemento competência), uma vez que os praticantes já sabem que no empreendimento encontrarão, em função da curadoria, peças nesse estilo.

O significado aconchego ocorre muito em função de vários elementos materiais como: luzes quentes, paredes de cores quentes, objetos de decoração, música, enfim, dos vários elementos materiais que compõe o contexto da loja compartilhada pesquisada.

O elemento significado curadoria das roupas está relacionado com a competência de curadoria das roupas, uma vez que os praticantes vão à loja compartilhada pela curadoria como significado, que só é possível por meio da curadoria como competência.

O significado desmistificação da roupa usada tem ligação tanto com elementos de competência como: cuidado com as peças, organização e reconhecer a qualidade das peças; quanto com elementos materiais que constituem a ambientação da loja compartilhada como: luzes quentes, paredes de cores quentes, objetos de decoração e música.

Outro elemento significado indicado, no compartilhamento de peças de vestuário analisado, foi a ressignificação das peças usadas. Constatou-se, nesse contexto, que a ressignificação se processa de duas maneiras: ela se dá tanto pela ideia de criar um novo

sentido de uso para uma peça descartada/encalhada; como também por reconsiderar a aquisição de uma peça *fast-fashion*, que inicialmente causa rejeição, por ser relacionada às questões ambientais e sociais de maneira negativa e, nesse ínterim, passa a ser aceita por estar associada à valorização de empreendimentos locais, uma vez que são peças usadas, portanto, não mais comercializadas em lojas de departamento, as *fast-fashions*. A seguir, no Quadro 13, depoimentos que ilustram o elemento significado ressignificação:

Quadro 13 – Elemento significado: convenções culturais, expectativas e significados socialmente compartilhados.

Cod.	Verbalização sobre elemento significado	Elementos
EI11	“Reaproveitar, às vezes têm os achados (peças)! Aquele olhar que a pessoa não deu pra aquela roupa que ela nunca usou e que tá novinha, eu posso dar outro olhar pra ela, eu posso reaproveitar, fazer a roupa ter uma função pra mim que não teve pra outra pessoa, fazer a roupa circular.” (Feminino, N.I)	Ressignificar/ novo sentido de uso
EG9	“Peças de departamento, se comprei em brechós, tô salva, a peça já tem outra energia, porque eu estou ajudando um microempreendedor. Então, é outra coisa, outro movimento.” (Feminino, 33)	Ressignificar/ novo sentido à aquisição
EG6	“Eu vou comprar uma saia da Três (marca do Rio de Janeiro que foi denunciada por racismo e violação trabalhista, em maio de 2019) aqui, não vou comprar na Três. Aqui, já passou por outro processo, já foi comprada e tal. Então, eu vou comprar pra mim, de boas. São peças caras e boas, mas tem todo esse problema do trabalho escravo, mas na loja eu não dou meu dinheiro, mas no brechó, tudo bem, fico em paz.” (Feminino, 22)	Ressignificar/ novo sentido à aquisição

Fonte: Dados de pesquisa (2019).

Em ambos os casos, a ressignificação de peças usadas promove o consumo consciente que se dá tanto como significado, uma vez que as peças terão uma sobrevida; quando pelo consumo consciente enquanto competência, pela valorização do produtor local. Nesse caso, o significado, ou seja, a imagem que o compartilhamento carrega ao ressignificar peças, é de promover o reuso de peças que seriam descartadas, assim como o uso de peças que não seriam consumidas em função de sua origem, portanto, seriam descartadas. Dessa maneira, em ambos os casos, o compartilhamento significa um consumo mais reflexivo e consciente.

Entende-se que para que a prática seja apreendida, identificar a dinâmica entre os elementos apresentados se faz necessário. Após identificação dos elementos que compõem a prática de compartilhar peças do vestuário na loja compartilhada analisada, segue quadro 14 como o resumo dos mesmos. A propósito, o próprio corpo humano também é considerado um elemento material, portanto ele também integra o quadro (SHOVE *et al.*, 2012; SÜßBAUER; SCHÄFER, 2018). A seguir, Quadro 14:

Quadro 14 – Elementos da prática de compartilhar peças do vestuário.

Materiais	Peças de roupa usada, etiqueta de roupa, araras, iluminação, tamanho da loja compartilhada, cor da loja compartilhada, planta, adesivo, objetos de decoração, música, internet, computador, softwares e o próprio corpo humano.
Competências	Autoconhecimento corporal, desapego, cuidado com as peças (lavagem), habilidade de combinar peças, revitalizar peças, organizar, reconhecer a qualidade da peça, curadoria e consumo consciente-valorização do local.
Significados	Exclusividade, economia (preço x qualidade), ressignificar a roupa, aconchego, estilo vintage, desmitificação da roupa usada, organização, qualidade, curadoria e consumo consciente.

Fonte: Dados de pesquisa (2019).

Com essa perspectiva, foi possível verificar algumas conexões/*links* entre os elementos que compõem a prática de compartilhar peças do vestuário. A subseção seguinte apresentará como se processam os conexões/*links entre* os elementos identificados na loja compartilhada analisada.

4.4 A dinâmica dos elementos da prática

Para mostrar mais detalhadamente como acontece a dinâmica dos elementos interligados por *links*, algumas verbalizações retiradas dos quadros dos elementos serão analisadas, pois conforme Gherardi (2009), a investigação das práticas na visão sociotécnica é “de dentro pra fora”, ou seja, do ponto de vista do praticante. Seguem no Quadro 15, verbalizações que indicam *links* entre os três elementos da prática.

Quadro 15 – Dinâmica entre os três elementos da prática (01)

EG6	“A pessoa vai pensar no consumo consciente num lugar como esse, numa loja bonita, limpa , com peças (roupas) organizadas, lavadas com etiqueta .”	Material + Competência + Significado	
	MATERIAL	COMPETÊNCIA	SIGNIFICADO
	1- Peças de roupa; 2- Etiqueta	1- Cuidado com as peças (lavagem) 2- Organização	1- Consumo consciente 2- Desmistificação da roupa usada 3- Organização
EC4	“[...] Hoje, não, eu tenho a mentalidade quando eu compro uma peça , que eu vou usar, se eu puder, eu vou lavar a mão, vou cuidar o máximo possível dela . Porque depois eu posso monetizar isso de volta pra mim, vendendo pra uma amiga, ou posso dar para uma amiga que gostou [...] posso trocar .” (Feminino, 30)	Material + Competência + Significado	
	MATERIAL	COMPETÊNCIA	SIGNIFICADO
	1- Peça de roupa	1- Cuidado com as peças (lavagem)	1- Economia 2- Consumo consciente
EE2	“A gente é um brechó, as músicas que tocam aqui são músicas antigas , às vezes tocam assim umas mais atuais, mas a gente sempre coloca assim uns flashbacks, músicas antigas, músicas brasileiras . Tudo isso	Material + Competência	

	tá atrelado nessa ideia, sabe, de valorização do que é daqui. ”	+ Significado	
	MATERIAL	COMPETÊNCIA	SIGNIFICADO
	1- Música	1- Curadoria/ música 2- Consumo consciente	1- Consumo consciente
EC3	“ Dá a sensação que tudo é muito personalizado , que você vê que essa planta não foi colocada aqui só porque eu gosto de planta, mas para dar um cara de um lugar que zela pelo natural , também os outros produtos delas como os copos, canudos (objetos que descartam os de uso único) vão para essa questão da responsabilidade com o meio ambiente ”.	Material + Competência + Significado	
	MATERIAL	COMPETÊNCIA	SIGNIFICADO
	1- Planta	1- Consumo consciente	1- Exclusividade 2- Consumo consciente
EI13	“ Traz uma coisa mais afetiva, né! [...] Também a coisa do garimpo (curadoria) , delas escolherem roupas e exporem [...] e o principal é a ideia tanto de compartilhar, reutilizar, a coisa do sustentável. ”	Material + Competência + Significado	
	MATERIAL	COMPETÊNCIA	SIGNIFICADO
	1- Roupas usadas	1- Curadoria/roupas 2- Organização	1- Aconchego 2- Consumo consciente
EE1	“A gente tem um cuidado com cada peça , de expor apenas peças com qualidade, de tentar reparar, de tentar revitalizar as peças, pra que elas continuem . Às vezes a gente garimpa peça manchada, cortada, rasgada que outras pessoas não iriam comprar daquele jeito, sabe . Então, you tendo cuidado naquilo, aquela peça se torna atraente novamente. ”	Material + Competência + Significado	
	MATERIAL	COMPETÊNCIA	SIGNIFICADO
	1- Roupas usadas (peça)	1- Cuidado com as peças 2- Qualidade da peça	1- Qualidade da peça 2- Desmistificar roupa usada
EG8	“Quando você chega no brechó e vê que a roupa aguentou o tranco de outra usuária, então essa peça é boa . Então, ela acaba tendo uma pegada da sustentabilidade , porque você tá investindo em algo que tem durabilidade maior , porque tem muita roupa descartável, você vê pelo tecido.” (Feminino, 39)	Material + Competência + Significado	
	MATERIAL	COMPETÊNCIA	SIGNIFICADO
	1- Roupas usadas	1- Qualidade da peça (reconhecer a qualidade)	1- Consumo consciente
EG6	“Consumindo em brechó, ao encontrar essas peças únicas , eu comecei a conhecer muito mais meu corpo, porque eu olho e sei que modelagem me veste bem, me favorece [...] Também comecei a consumir menos. ”	Material + Competência + Significado	
	MATERIAL	COMPETÊNCIA	SIGNIFICADO

1- Roupas usadas	1- Autoconhecimento corporal 2- Consumo consciente	1- Exclusividade 2- Consumo consciente
EE1	“E aí, você ter uma loja que vende roupas usadas , mas em ótimo estado, são legais, um ambiente legal, com a música, parece com uma loja 'normal'. ” (Feminino, 28)	Material + Competência + Significado
MATERIAL	COMPETÊNCIA	SIGNIFICADO
1- Roupas usadas 2- Música	1- Cuidado com as peças	1- Desmistificar roupa usada

Fonte: Dados de pesquisa (2019).

O quadro 15 ilustra que há conexão/*links* entre os três elementos da prática, de forma pontual em falas para além das relações indicadas ao longo das análises anteriores, o que indica, segundo Shove *et al.*, (2012) que a prática foi estabelecida e que há a formação de um circuito de reprodução que dá sustentação a essa prática. O estudo das teorias da prática objetiva justamente o entendimento de como podemos mudar as práticas cotidianas tornando-as mais sustentáveis (SPURLING *et al.*, 2013). Uma das possibilidades de mudança de práticas é por meio da inserção de algum elemento novo que gere conexões com elementos já existentes (SHOVE; PANTZAR, 2005).

No caso do compartilhamento de peças do vestuário, observou-se que a inserção de um novo elemento material (internet) associado a outros elementos materiais (infraestrutura), promoveu novas competências e novos significados ao já conhecido consumo de peças de segunda mão. A dinâmica entre os três elementos ilustrado no Quadro 15, por meio de algumas verbalizações, indica a realização da prática de compartilhar peças do vestuário. Para melhor compreensão da dinâmica dos elementos, a seguir, um relato extraído aleatoriamente do Quadro 15 é analisado de maneira mais pormenorizada no Quadro 16.

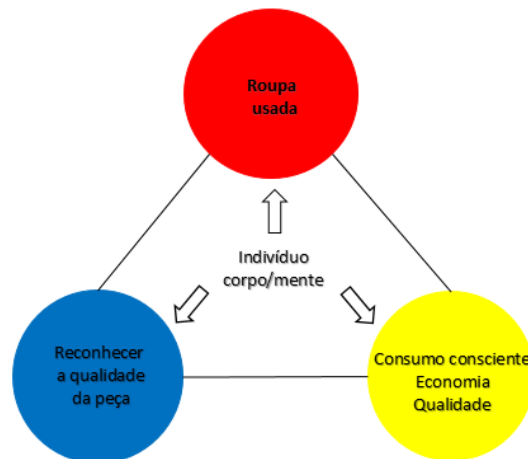
Quadro 16 – Dinâmica entre os três elementos da prática (02)

EG8	“Quando você chega no brechó e vê que a roupa aguentou o tranco de outra usuária, então essa peça é boa. Então, ela acaba tendo uma pegada da sustentabilidade , porque você tá investindo em algo que tem durabilidade maior, porque tem muita roupa descartável, você vê pelo tecido. ” (Feminino, 39)	Material + Competência + Significado
MATERIAL	COMPETÊNCIA	SIGNIFICADO
1- Roupas usadas	1- Qualidade da peça (reconhecer a qualidade)	1- Consumo consciente 2- Economia 3- Qualidade

Fonte: Dados de pesquisa (2019).

Baseando-se na verbalização apresentada no Quadro 16, é possível observar que os três elementos da prática (material, competência e significado) estão interligados, ilustrando o que Shove. *et al.*, (2012) denominam como prática, conforme demonstrado na Figura 18:

Figura 18 – Dinâmica dos elementos da prática
Links da prática sendo feitos



Fonte: Adaptado de Shove *et al.* (2012, p.25, tradução nossa)

Mediante apresentado na Figura 18, a roupa (elemento material) está conectada tanto com a habilidade de reconhecer a qualidade da peça (elemento competência) quanto com a imagem de consumo consciente (elemento significado). Dessa maneira, com os *links* conectando todos os pontos, a prática foi estabelecida. E, como fora mencionado por Shove *et al.*, (2012), a prática estabelecida cria um circuito de reprodução que lhe dá sustentação. A seguir, detalha-se como se processa o circuito de reprodução da prática de compartilhar peças do vestuário na loja compartilhada analisada.

4.4.1 Práticas de compartilhar peças do vestuário: contextos e histórias

Depois de identificadas as dinâmicas dos elementos da prática de compartilhar peças do vestuário, que indicam a prática estabelecida, seguem relatos que apresentam a relação espaço (história) – temporal (contexto) que as práticas se realizam e se reproduzem, ou seja, o seu circuito de reprodução. Sobre as histórias de aproximação com peças usadas, as duas maneiras mais mencionadas foram: durante os anos de faculdade e por meio da relação com familiares. Segue Quadro 17 com alguns depoimentos:

Quadro 17 – Histórias de aproximação com peças usadas

Cod.	Verbalizações sobre as histórias de contato com peças usadas	História
EC5	“Comecei na época que eu entrei na faculdade, em 2011. A partir do contado, na faculdade de moda [...] tinha uma disciplina de moda e sustentabilidade que era bem recente [...] fui consumir porque estava inserida nesse contexto, tanto de responsabilidade ambiental e social como pela questão do estilo.” (Feminino, 29)	Faculdade
EE1	“[...] porque eu crescendo, eu não tinha muito essa coisa de coisas usadas e tal, minha mãe não curtia muito isso. O máximo que eu usava, era uma roupa dela, ela tinha roupa guardada dos anos 80, eu ficava enlouquecida e ela me dava. Mas, eu tomei conhecimento mesmo, nessa coisa de brechó, por volta de 2009, que eu entrei na faculdade de Letras.” (Feminino, 28)	Faculdade
EG8	“Eu comecei quando entrei na faculdade (psicologia) [...] há mais de 20 anos [...] minha mãe não gostava: ah, isso é roupa usada!” (Feminino, 39)	Faculdade
EG6	“Eu comecei a consumir muita coisa de herança, porque ganhava de tias e tal. Roupas que não serviam mais, e vinham de São Paulo, eu achava as coisas muito diferentes daqui. Não era coisa que eu encontrava nas lojas de departamento daqui [...] E a partir disso, comecei a consumir em brechós de rua, de igreja, EMAÚS.” (Feminino, 22)	Família
EI13	“Eu tenho uma irmã mais velha e a gente sempre compartilhou muitas roupas [...] Compartilho roupas desde criança com a minha irmã, depois de crescida, que o corpo ficou o mesmo, compartilho com minhas primas também.” E13 (Feminino, 22)	Família
EI17	“Eu já consumo porque eu já pego desde criança, eu pego muita roupa da minha mãe e da minha avó. Porque eu sempre gostei das roupas delas e eu sempre quis usar as roupas delas. Na hora que eu tive corpo pra usar as roupas delas, aí eu comecei a pegar. E aí eu comecei assim, pegar roupa de mãe e vô, depois que eu fui descobrir brechó.” (Feminino, N.I)	Família

Fonte: Dados de pesquisa (2019).

Ainda fazendo referência ao circuito que sustenta e reproduz a prática, seguem depoimentos que relatam a frequência com que os praticantes vão à loja compartilhada analisada:

Muita frequência, porque quando eu tenho assim: quando eu tenho peça no meu guarda-roupa, tipo, que eu tô há dois meses sem usar, eu passo pra frente [...] Eu tô sempre fazendo isso. Então, venho com muita frequência. (EG9, Feminino, 33)

Chego a ir uma vez por semana, pra levar coisas para o compartilhamento. (EI11, Feminino, N.I)

[...] uma, duas vezes por mês. (EG8, Feminino, 39)

Teve época que eu ia todo mês, agora tô indo menos. (EI17, Feminino, N.I)

Frequência a gente vai muito (risos). Eu tô lá toda semana, eu dou uma olhada, mas me seguro. (EC5, Feminino, 29)

As informações sobre a frequência, como fora mencionado, são alusivas à sustentação da prática, nesse caso, a prática de compartilhar peças do vestuário na loja compartilhada analisada. Tomando como referência os relatos, há a frequência das praticantes em torno do

compartilhamento, e isso traz a possibilidade de promover a maior circulação das peças que, associadas à habilidade de cuidado, torna-as mais longevas. Por meio da prática de compartilhar peças do vestuário, observou-se que outras práticas, em variados setores do consumo, interligadas às práticas do vestuário, também passaram a ser promovidas.

4.5 Da prática à rede de práticas

A quinta subseção refere-se à rede de práticas. O estudo das teorias da prática, segundo Spurling *et al.*, (2013), tem como objetivo entender como as práticas se estabelecem, desaparecem, mudam e como elas podem ser alteradas para se tornarem mais sustentáveis. Uma das intervenções que podem promover mudanças nas práticas é a mudança de como elas se interligam. A ideia é aproveitar as complexas interações entre as práticas, ou seja, a rede de práticas, para promover a mudança por meio das práticas interconectadas. A rede de práticas pode ocorrer, por exemplo, pela ligação entre mobilidade, compras e alimentação.

Verificou-se, a partir da prática de compartilhar de peças do vestuário, que outras práticas tidas como de consumo consciente, em várias áreas de consumo, também foram promovidas e, em alguns casos, adotadas, conforme relatos no Quadro 18. A formação da rede de práticas se deu em duas direções: ora a partir da moda, do vestuário, com o foco em propagar a ideia de um consumo mais consciente; e, em outra situação, partindo de produtos de outros segmentos ao encontro do vestuário, conforme apresentado no quadro a seguir. Em ambos os sentidos o intuito foi o mesmo: fomentar um consumo pautado em escolhas mais conscientes. Trata-se da adoção de um estilo de vida mais ético e menos consumista, composto por várias práticas, que vai ao encontro das demandas requeridas pela sustentabilidade. Dando continuidade, segue Quadro 18 com verbalizações sobre a rede de práticas:

Quadro 18 – Rede de práticas em duplo sentido: da moda para outros segmentos e de outros segmentos à moda

Cod.	Verbalizações que ilustram a rede de práticas	Rede de práticas
EG6	“A partir do momento que eu comecei a perceber as roupas que eu vestia, abriu um leque do olhar, um escopo pra eu perceber: ah, mas eu tô usando plástico, mas tô usando tal shampoo que prejudica o meio ambiente! Aí foi abrindo toda uma discursão para outras coisas que também influenciam no meio ambiente, que não se resumem só a roupa, só a moda, só a minha imagem, mas a consciência mesmo do mundo que a gente tá vivendo e das coisas que a gente precisa mudar aos poucos.” (Feminino, 22)	Rede de práticas/ a partir da moda para outros segmentos

EG9	“Quando eu comecei a mudar minha forma de consumo, com peças de segunda mão, eu comecei a perceber que não era só na roupa a questão da sustentabilidade. Aí, eu comecei a mudar também meu estilo de vida, alimentação [...]Eu comecei com a roupa e fui mudando para outras coisas também, mudando meu estilo de vida.” (Feminino, 33)	Rede de práticas/ a partir da moda para outros segmentos
EI16	“Fui tendo mais consciência sobre as minhas formas de consumo de objetos de plástico de consumo único e eu fui agregando isso nas outras áreas da vida. O próximo passo foi as minhas roupas, porque eu descobri que a indústria têxtil é uma das que mais consomem e poluem a água, e isso é uma coisa que me impactou muito. Eu fui buscar consumir em brechó, fui trazendo isso pra minha vida e agora é uma realidade pra mim [...] Quando você começa, tem um ponto de partida, você vai agregando em todas as outras áreas, é um processo, você vai virando vegetariano, vegano, vai pensando mais nas suas formas de consumo.” (Feminino, 25)	Rede de práticas/ a partir de outros segmentos à moda

Fonte: Dados de pesquisa (2019).

Segundo os relatos do Quadro 18, a rede de práticas se processa tanto a partir da interação do vestuário sendo interligando a outras áreas do consumo como alimentação e produtos cosméticos, como da interação de outras áreas de consumo sendo interligadas ao vestuário e alimentação. Observou-se que a partir de uma área de consumo, a mudança por meio das interações entre as práticas interconectadas ocorreu como uma forma de adesão a um estilo de vida mais consciente.

A rede de prática é evidenciada e fomentada pela loja compartilhada, uma vez que o mesmo disponibiliza, por meio de seus parceiros, produtos em variados setores do consumo que comungam com a lógica do consumo consciente. Na sequência, a Figura 19 ilustra a comercialização de produtos que fazem parte da rede de práticas. As imagens foram capturadas em eventos bimestrais promovidos pela loja compartilhada analisada. A premissa, nesses eventos, é disponibilizar opções de produtos para que as pessoas possam conhecer ou manter o uso deles, assim como oferecer aos empreendedores parceiros, uma “vitrine” para divulgação de seus negócios. Os *stands* selecionados para os eventos disponibilizam provedores/degustação de vários produtos, desde os de higiene e cosméticos até os alimentos.

[Durante um evento realizado pela loja compartilhada pesquisado, dia 06/10/2019]
Nos *stands*, o entendimento tem um caráter informal, mas explicativo: em meio a dúvidas sobre um produto, logo se é questionado quanto ao grau de “transição” em que se está e, a depender da resposta, o atendente fornece explicações sobre o produto em questão, como a composição e os seus benefícios tanto às pessoas, como para o meio ambiente. Esse atributo explicativo também é empregado e percebido em *stands* de roupas e acessórios de produção local, assim como nos *stands* de roupas usadas, nesse caso, passando a ideia de um consumo mais consciente por meio das peças usadas. A opção por esses produtos é vista como uma escolha por um estilo de vida mais consciente e ético (Nota de campo, 06/10/2019)

Segue Figura 19 com imagens de produtos que integram a rede de prática:

Figura 19– Painel com produtos da rede de práticas apontados como sustentáveis em várias áreas de consumo: alimentação, cosméticos, higiene pessoal e fralda ecológica para bebê.



Fonte: Dados de pesquisa (2019).

Na Figura 19 alguns segmentos de produtos que integram a rede de práticas a partir do vestuário, é possível verificar que setores variados de consumo se interligam. No caso, a partir do compartilhamento de peças do vestário, os praticante também passaram a ter acesso e consumir alimentos que carregam os mesmo significado de consumo mais consiente destacado no vestário, como a valorização do empreendedor local e a opção por matéria-prima de qualidade. Essa lógica também se estende para outros produtos, como mostra o painel, são eles: de higiene pessoal e de produtos para bebês, como a fralda ecológica. Dessa maneira, o significado de consumo consiente do vestário, também é compartilhado em variados setores do consumo que estão reunidos em um mesmo espaço e, portanto, podem ser adquiridos juntos, sem que haja necessidade de deslocamentos, economizando tempo e evitando emissão de gases que vêm dos deslocamentos a veículos, como por exemplo, carros ou ônibus.

4.6 Discussão de dados

Essa seção tem a finalidade de ressaltar os resultados mais relevantes evidenciados no decorrer da pesquisa, para, por meio de uma reflexão crítica, contrapô-los com resultados de outros estudos que debatem as mesmas temáticas, assim como com posicionamentos de distintos pensadores que norteiam as teorias em análise.

Os três primeiros objetivos específicos dessa pesquisam centravam na identificação dos elementos que compõem a prática de compartilhar peças do vestuário, em Fortaleza-CE. Segundo Shove *et al.*, (2012), uma prática, sob a ótica sociotécnica, só é possível pelo

entendimento de que objetos são constitutivos às práticas sociais. Dessa maneira, a prática é formada por três elementos: materiais (objetos, ferramentas, infraestrutura e o corpo humano), competências (conhecimentos e habilidades incorporados) e significados (convenções culturais, expectativas e significados socialmente compartilhados).

Após a identificação de todos os elementos que integram a prática, os achados da pesquisa indicaram que a internet (elemento material), influenciou e ampliou a escala da prática de compartilhar peças do vestuário. Uma vez que é por esse meio que a comunicação entre a loja compartilhada e os clientes/praticantes se processa. A prestação de contas mensal é via e-mail, nele é discriminado: as peças comercializadas e o não comercializado no mês, assim como o montante em dinheiro que a praticante tem a receber. Tudo que as praticantes desapegam, é registrado em um sistema de estoque e essa organização tem sido importante para o crescimento do compartilhamento consignado de peças, uma vez que a demanda por ele é crescente, a organização ainda é mais necessária. Ademais, a interação, mediada pela rede, pode ser moldada pelo sentido de propósitos compartilhados, comunidades e estilos de vida (SUTHERLAND; JARRAHI, 2018), e essa lógica também é um fator impulsionador do compartilhamento consignado, assim como da loja compartilhada de maneira geral. Além da internet, outros materiais de cunhos estruturais, também proporcionaram aos praticantes/consumidores, um significado diferente acerca do compartilhamento de roupas usadas.

Segundo resultados da pesquisa, a mudança de significado, apontado pelas pesquisadas, foi possível porque a loja compartilhada analisada, que tem como finalidade a comercialização de roupas, que pode ocorrer pelo compartilhamento de peças de vestuário, e pelo compartilhamento do seu espaço físico, ressignificou a prática de compartilhar em função da internet e da ambientação do seu espaço. Antes associados a lugares desorganizados, empoeirados e, muitas vezes, com odor de mofo, a loja compartilhada pesquisada é reportada como um espaço limpo, organizado, com peças lavadas e bem expostas. Essas alterações foram possíveis porque além a mudança dos elementos materiais, houve também a inserção de novas competências, como a organização, o cuidado com a roupa (lavagem), a revitalização de peças (customização), o reconhecimento da qualidade da peça e o consumo consciente por meio da valorização da produção local. Algumas dessas competências são fundamentos característicos do *slow-fashion*: priorizar a qualidade dos materiais que compõem a peça, revitalização (customização) das peças para promover o aumento do ciclo de vida das mesmas e a valorização do local (FLETCHER; GROSE, 2011).

Outras competências sinalizadas especificamente pelo praticantes/consumidores, como o autoconhecimento corporal e o desapego também consistem essa prática.

Somado aos novos elementos materiais e competências, novos elementos significados também foram identificados. Antes classificadas como “peças usadas por outros”, “peças com energia ruim”, “peças com cheiro de mofo” e até mesmo “peças de morto”, as peças de segunda mão passaram a significar exclusividade, economia, curadoria e consumo consciente. Essa perspectiva é, em parte, consonante com os fatores apontados por Liu *et al.*, (2018) como motivadores ao consumo por *slow-fashion*, que são externamente, a exclusividade e internamente, a consciência de sustentabilidade. Quanto ao espaço físico, ou seja, o ambiente do empreendimento passou significar aconchego.

A valorização da produção local, tão apontado no referido estudo, é uma das premissas propalada pelo *slow-fashion*, como forma de promover um consumo mais consciente, tanto para os produtores, quanto para os consumidores. No caso dos consumidores, eles são convidados a busca mais informação acerca do que estão consumindo, podendo dessa maneira, fazer escolhas conscientes e ser impulsionado para práticas mais sustentáveis (JUNG; JIN, 2016). Desse modo, constatou-se que as ideias difundidas pelo *slow-fashion*, ecoam de maneira significativa entre os praticantes (consumidores/ empreendedores) de compartilhamento de peças usadas, na loja compartilhada estudada.

Observou-se, por meio do estudo em questão, que houve uma mudança com relação ao uso/compartilhamento de peças de segunda mão. Nesse ínterim, a já conhecida prática de consumo de peças vestuário de segunda mão, foi ressignificada com a inserção, inicialmente de novos elementos materiais, seguidos por novas competências e significados, isso fortaleceu e promoveu a substituição da prática de consumo de peças novas, uma vez que a desmistificação da roupa usada fomenta o compartilhamento de peças de segunda mão. Para Spurling *et al.*, (2013), as intervenções mais eficientes, para políticas de sustentabilidade, residem justamente na reelaboração da prática, por meio da alteração dos elementos que compõem a prática, por substituição da prática, de menos sustentáveis para mais sustentáveis, e pela alteração de como as práticas se interligam.

No caso da loja compartilhada analisada, verificou-se que a prática reelaborada também tem possibilitado a adesão de novos praticantes que conhecem a loja compartilhada e passam a frequentá-la. Entretanto, essa atividade (compartilhamento de peças do vestuário em Fortaleza-CE) é situada em um micro-contexto, numa comunidade de prática. Nela, a prática é local e situada, decorrente da interação entre os atores e os ambientes de sua ação (JARZABKOWSKI, 2004). Isso foi evidenciado, na loja compartilhada pesquisada, quando o

relato de uma empreendedora apontou à adoção de práticas específicas, para a realização do compartilhamento de peças do vestuário. Tal prática, segundo a pesquisa, se deu em função de competências adquiridas anteriormente, advindas pela experiência do compartilhamento de espaço, também realizada pela loja compartilhada.

A empreendedora ainda ressaltou que outros empreendimentos fazem o compartilhamento por consignado. Contudo, a loja compartilhada analisada fez adaptações no modelo de consignado, para melhor adequação do modelo de compartilhamento à realidade da mesma. Ainda segundo o relato de uma das empreendedoras, a demanda pelo compartilhamento por consignado tem aumentado sistematicamente. Dessa forma, ressalta-se o papel ativo do indivíduo e sua malha de práticas-arranjos (SCHATZKI, 2005) no desenvolvimento progressivo das práticas (SILVA; FIGUEIREDO, 2017).

Após identificação dos três elementos que compõem a prática, o quarto objetivo específico da pesquisa é compreender como se processa a dinâmica dos elementos da prática de compartilhar peças do vestuário, em Fortaleza-CE. Cada vez que uma prática é realizada, os três elementos são reunidos, e não é possível realizar uma prática a sem que tais elementos estejam disponíveis (SHOVE *et al.*, 2012; SPURLING *et al.*, 2013). Na loja compartilhada analisada, foi constatada por meio de verbalizações, a dinâmica entre os três elementos. Sinalizando, portanto, a existência da prática de compartilhar peças do vestuário na loja compartilhada em questão.

Conforme Nicolini (2017), o significado da prática só é entendido quando são analisados o contexto e a sua história. Isso porque as práticas são fenômenos sociais (SCHATZKI, 1996; 2019), e fenômenos têm cursos temporais (NICOLINI, 2017). À vista disso, é de suma importância conhecer o contexto onde as práticas se processam. O estudo em questão constatou que as duas maneiras de maior contato com peças de segunda mão, ou seja, as histórias que fundamentam o seu uso por parte dos praticantes/consumidores e empreendedores são: durante os anos de faculdade e por meio da relação familiar.

Segundo Rohden *et al.*, (2015) e Roux e Korchia (2006), a literatura identifica quatro motivadores que caracterizam os consumidores de peças de segunda mão. Eles são hierarquizados da seguinte maneira: desejo de exclusividade; possibilidade de bens de alto valor por preços mais acessíveis; nostalgia que as roupas de outras épocas proporcionam (vintage); e, por fim, a sustentabilidade. No estudo em questão, esses quatro motivadores foram identificados. A exclusividade é sem dúvida o fator mais apontado; seguido da economia (relação custo-benefício) que é diretamente associada à qualidade da peça; da

curadoria que está relacionada com o significado estilo de peças (vintage); e, por fim, da sustentabilidade.

Essa sequência hierárquica está em concordância com a apresentada por Rohden *et al.*, (2015) e Roux e Korchia (2006), contudo a presente pesquisa constatou que a economia está diretamente relacionada a questão preço x qualidade da peças, e a qualidade está associada a durabilidade da peças, por conseguinte, também está vinculada às questões de sustentabilidade. Então, mesmo que a sustentabilidade seja indicada hierarquicamente na quarta colocação, ela é igualmente lembrada quando o motivador é a economia/qualidade. Dessa maneira, as motivações relacionadas às imagens de exclusividade (interna) e consumo sustentável (externa) são determinantes tanto para os que aderem ao *slow-fashion*, conforme Liu *et al.*, (2018); quanto para os que adotam o compartilhamento de peças de segunda mão, segundo Rohden *et al.*, (2015) e Roux e Korchia (2006). Vale a ressalva, uma vez que o *slow-fashion* compreende o uso/compartilhamento de peças de segunda mão, com o intuito de prolongar a vida, assim como o uso de roupas novas embasadas em produção justa e matéria-prima de qualidade (FLETCHER; GROSE, 2011).

À propósito, a qualidade foi um fator muito apontado na pesquisa em questão, e essa valorização de peças de maior qualidade, também é um dos fundamentos do *slow-fashion* que promove a ideia de que a aquisição de produtos deve ser pautada menos em quantidade e mais em qualidade (JUNG; JIN, 2016).

Outro achado do presente estudo foi a constatação de uma rede de práticas que se desdobra a partir do consumo compartilhado de vestuário, em Fortaleza-CE. Alguns segmentos de consumo, como alimentação, cosméticos, artigos de higiene pessoal e eco objetos (copos e canudos), que substituem o uso único de plástico, passaram a ser incorporados à rotina dos praticantes/consumidores de peças de segunda mão. Um ponto promotor dessa lógica, é que o empreendimento pesquisado além ser brechó e compartilhamento de peças por consignado, também é loja compartilhada, ou seja, divide espaço com outros produtos de segmentos variados.

Além da estrutura compartilhada que possibilita a exposição de outros segmentos de produtos que comungam a proposta de um estilo de vida mais consciente, a loja compartilhada também realiza eventos bimestrais onde é disponibilizado um mix ainda maior de produtos, dentro da mesma premissa do sustentável. Dessa maneira, o uso de roupas de segunda mão compartilhadas, impacta também em outros segmentos de consumo. Essa percepção, visualizada no estudo, vai ao encontro do apresentado por Spurling *et al.*, (2013) acerca da alteração de como as práticas se interligam.

Uma vez que as práticas são conectadas por meio de sistemas, mudar como uma prática é organizada trará mudança em todas as outras práticas que estiverem interconectadas pelo sistema. Nesse ínterim, é necessária uma intervenção da distribuição espacial e temporal, por meio de arranjos institucionais e de infraestrutura (SPURLING *et al.*, 2013). No caso da loja compartilhada em estudo, a rede de práticas impacta tanto no consumo de produtos mais sustentáveis, quanto na otimização de deslocamento e de tempo, uma vez que vários segmentos de produtos são disponibilizados num mesmo local.

Finalmente, sobre o entendimento acerca de sustentabilidade, consumo sustentável e consumo consciente, o estudo em questão constatou que os termos são vistos como sinônimos. E significam, em primeiro lugar, o cuidado pessoal e a autoconsciência na hora de escolher o que se vai consumir, tendo ciência que todo consumo gera um impacto. Portanto, invariavelmente, o cuidado pessoal e a autoconsciência, resultam no cuidado com o meio ambiente.

5 CONCLUSÃO

Em face do exposto nas seções anteriores, a seção que segue lança luz sobre os pontos de maior relevância apreendidos no decorrer da pesquisa, para referenciar e referendar as considerações finais. Na seção serão tratadas as implicações teóricas acerca do tema, assim como as implicações gerenciais para que os empreendedores do setor possam desenvolver estratégias mais assertivas no relacionamento com consumidores/praticantes e em potenciais. Também se evidenciam as limitações da pesquisa e, por fim, as recomendações para futuras pesquisas.

5.1 Atendendo ao problema de pesquisa

Mediante ao desenvolvimento, discussões e argumentos apresentados no decorrer deste estudo, que agora segue à conclusão, faz-se necessário retomar a questão fundamental, que deu início à referida pesquisa: **Como se configuram os elementos e a dinâmica da prática de compartilhar peças do vestuário na cidade de Fortaleza-CE?**

A argumentação teórica utilizada para a construção dessa pesquisa considerou a aproximação teórica das teorias da prática sociais, com visão sociotécnica, aplicada ao compartilhamento de peças do vestuário, mediante a abordagem do consumo colaborativo, concentrando-se no consumo sustentável. A partir da fundamentação teórica, definiu-se que para responder à questão de pesquisa seriam utilizados os elementos que constituem a prática: materiais, competências e habilidades adquiridas e significados.

Logo em princípio, a escassez de pesquisas sobre consumo de vestuário sob a ótica as teorias da prática social, sobremaneira, na visão sociotécnica, foi um fator dificultador que merece ser mencionado. Acerca do objetivo norteador da pesquisa, institui-se: **Compreender os elementos e a dinâmica da prática de compartilhar peças do vestuário em Fortaleza-CE.** Com a finalidade de atender ao objetivo norteador, foram elencados quatro objetivos específicos que consistiam em identificar os elementos e a dinâmica da prática de compartilhar peças do vestuário.

Após identificação dos três primeiros objetivos, nos quais todos os elementos foram contemplados e especificados, cada um dos três grupos de elementos, correspondendo a um objetivo, partiu-se para o quarto objetivo específico da pesquisa: a dinâmica entre os elementos da prática. Verificou-se, nesse ínterim, que haviam dinâmicas entre os três elementos da prática. Em virtude da investigação requisitada ao estudo das teorias da prática,

na visão sociotécnica, ser de dentro para fora, algumas verbalizações foram elencadas para demonstrar as referidas dinâmicas. Ainda como requisito fundamental ao estudo as práticas, foram elucidados, o contexto em que elas se desenrolam e as histórias que as cercam, pois essas peculiaridades é que fornecem significados às práticas.

Dessa maneira, em consonância com os resultados e argumentos apresentados no decorrer da seção 4, é possível sinalizar, munidos pela dinâmica entre os três os elementos da prática, depois de identificá-los por meio dos objetivos específicos 1, 2 e 3, assim como por informações sobre contexto e histórias; que há prática de compartilhar peças do vestuário em Fortaleza-CE. Essa prática se processa em um micro-contexto, uma comunidade de prática, que, como informa Jarzabkowski (2004, p. 535), compreende qualquer grupo envolvido em sua própria construção local da prática, isto é “o que as pessoas estão fazendo”.

A prática de compartilhar peças do vestuário na loja compartilhada pesquisada foi facilitada e potencializada pela inserção da (internet), seguido por novos elementos materiais, assim como novas competências e novos significados, ressignificando a prática de compartilhar roupas, principalmente, pela exclusividade e pela desmistificação da roupa usada. Caracterizando-se, portanto, como uma mudança de prática por reelaboração da prática, reforçada e incrementada pela ideia de substituição de práticas, que se processou e se processa pela difusão dos fundamentos do *slow-fashion*. Segundo Spurling *et al.*, (2013), reelaboração e substituição são duas das três possibilidades de intervenção apontadas como mais eficientes para políticas públicas de sustentabilidade.

Depois de respondidos os quatro objetivos da pesquisa, um achado chamou atenção: a rede de práticas que se forma por meio do compartilhamento de peças do vestuário, em Fortaleza-CE. A loja compartilhada pesquisada, além de brechó e de realizar compartilhamento de peças do vestuário, também é um empreendimento de espaço compartilhado, ou seja, divide seu espaço físico com outros produtos de variados setores de consumo. Além disso, também promove bimestralmente eventos em que reúnem diversos microempreendedores, também de variados setores de consumo. Assim como no espaço físico da loja compartilhada, nos eventos também há uma curadoria acerca da seleção desses parceiros. Todos precisam comungar com as premissas do *slow-fashion*, isto é, a valorização do produtor local, matéria –prima de qualidade e produtos produzidos por meio de trabalho justo (FLETCHER; GROSE, 2011). Isso, com o intuito de promover um consumo mais consciente e ético.

Então, observou-se durante o processo de coleta de dados que a prática de compartilhamento de peças do vestuário promovia essa rede de práticas. Alimentos, produtos

de higiene pessoal, cosméticos, acessórios, produtos para bebês, produtos para casa (esponjas, panos de limpeza ecológicos) e objetos que dispensam o uso único de plástico, como copos retráteis (para carregar na bolsa) e canudos de aço inox, são exemplos de produtos comercializados nos eventos.

Posto isso, fica evidente que a loja compartilhada também fomenta uma rede de práticas tidas como de consumo mais consciente, ou seja, ele promove uma alteração de como as práticas se interligam, uma vez que são disponibilizados diversos produtos, que atendem mais a questão da sustentabilidade, em um mesmo lugar, possibilitando otimização de tempo e redução de deslocamentos. A alteração de como as práticas se interligam é a terceira das duas intervenções já apontadas (reelaboração de práticas e substituição de práticas), e segundo Spurling *et al.*, (2013), é a intervenção mais potente para políticas de sustentabilidade.

Uma prática sob a ótica sociotécnica se dá por meio de significados compartilhados, como diz Gherardi (2009) ela pode ser apontada como um domínio de “ação deliberada”. À vista disso, identificou-se em que o significado mais apontado para o consumo de peças compartilhadas de segunda mão é a exclusividade, seguido pela economia sinalizada por meio da relação preço *versus* qualidade, só depois aparece o consumo sustentável/sustentabilidade, geralmente pela valorização do local e outros significados como estilo e desmistificação da peça usada. Entretanto, grande parte das vezes em que a qualidade é mencionada, assim como algumas vezes que a economia é citada, elas estão diretamente relacionadas com a ideia de consumo consciente/ sustentabilidade. Dessa forma, pode-se concluir que o compartilhamento de peças de vestuário em Fortaleza-CE, está muito associado ao consumo sustentável.

Por fim, acerca do que significa consumo sustentável, consumo consciente e sustentabilidade, os achados apontaram que na percepção dos pesquisados, são definições sinônimas e diz respeito, em primeiro lugar, ao cuidado com as pessoas, o que automaticamente se transforma em cuidado com o meio ambiente. Ficou claro, no desenvolvimento da pesquisa, que não deve ser considerado como sustentável colocar o ambiente a frente das pessoas. Tal perspectiva, segundo Portilho (2005), vai de encontro aos estudos sobre sustentabilidade, que centram na preservação do meio ambiente com a prerrogativa de que isso refletirá, de maneira invariável, no cuidado com as pessoas.

O *slow-fashion*, por exemplo, preconiza a utilização da matéria-prima de qualidade, como o algodão, em detrimento dos tecidos sintéticos que demandam muito tempo para se degradarem. Todavia, houve um relato que explicitou o quanto a colheita manual de algodão pode ser nociva ao homem, despertando então para a questão de equacionar o bem-estar e a

integridade humana ao meio ambiente e evitar, presumidamente, a ideia de que tudo que é bom para o meio ambiente é analogamente igual para o homem.

5.2 Contribuições teóricas

Acredita-se que, a pesquisa em questão apresentou contribuições significativas para a temática de consumo sustentável. E que, dessa maneira, servirá como um aporte para fomentar as discussões e avanços na literatura acerca do tema, uma vez que se trata de uma abordagem recente e, portanto, ainda pouco discutida. Tal afirmação é facilmente constatada, tendo em vista a dificuldade de se encontrar pesquisas que discutam conjuntamente as temáticas referidas: o consumo de peças do vestuário, mediado pelo compartilhamento, analisado sob a ótica das teorias da prática social, na visão sociotécnica, como possível contribuição à prática de consumo sustentável.

É válido salientar que as indústrias do setor têxtil e do vestuário já são classificadas como grandes geradoras de impactos sociais e ambientais. Dessa maneira, é imperativo desenvolver pesquisas que centrem em encontrar caminhos para mitigar os danos causados por essas indústrias. Entretanto, o foco nessa pesquisa foi à indústria do vestuário, por meio da alternativa de compartilhamento de peças do vestuário, como uma prática de consumo sustentável.

5.3 Implicações práticas

Sobre a perspectiva da gestão, em empreendimentos de compartilhamento de vestuários, os achados fornecem indicativos que sinalizam a percepção e os desejos dos consumidores/praticantes que aderem à prática de uso compartilhado de peças de segunda mão. Assim como apontam caminhos para promover a adesão do público que, em princípio, é refratário a ideia usar e compartilhar peças de segunda mão. Ao identificar os elementos que compõem a prática de compartilhar peças de vestuário, e compreender a dinâmica entre eles, a pesquisa evidencia aos empreendedores e futuros empreendedores os significados, as competências e os materiais que constituem essa prática.

Isso possibilita que os mesmos possam ser mais assertivos acerca das estratégias utilizadas nesse tipo de empreendimento, pois o mapeamento dos elementos fornece os materiais necessários ao negócio, as competências que devem ser trabalhadas, tanto nos empreendedores, quanto nos consumidores/praticantes e os significados que melhor

representam a prática. Propiciando, dessa maneira, um diálogo mais propositivo entre empreendimento e consumidores.

Logo, o presente estudo pode ser usado como inspiração para empreendimentos dessa natureza, por oportunizar que os mesmos possam minimizar erros e potencializar estratégias apontadas como mais relevantes ao negócio. A pesquisa ainda possibilita um olhar holístico acerca dessa modalidade de comercialização, uma vez que fora analisado todo o contexto, incluindo empreendedores e consumidores/praticantes. Assim sendo, o estudo em questão pode ser considerado um instrumento norteador importante ao meio.

5.4 Limitações da pesquisa

No referente às limitações identificadas com decorrer da pesquisa, a primeira, como já fora mencionado, é a escassez de estudos na área, tanto em âmbito nacional como em internacional. Praticamente ainda não há debates acerca da perspectiva do compartilhamento de peças do vestuário, como prática de consumo sustentável, sob a ótica das teorias da prática social, na visão sociotécnica. Outra limitação, é que em função de algumas iniciativas de consumo consciente, como o compartilhamento de peças do vestuário, serem bem recentes no Brasil e, principalmente, em Fortaleza-CE, o campo para análises ainda é pequeno. Ainda vale a ressalva para a variedade de modelos que sistematizam o compartilhamento de peças do vestuário, pois não há uma definição acerca da modalidade. Como mencionado, tudo nesse campo ainda é muito recente e de maneira geral, essas inconsistências dificultam os processos da pesquisa.

5.5 Recomendação para futuras pesquisas

Como sugestão para novas pesquisas, a primeira recomendação é investigar outros modelos de compartilhamento de peças do vestuário, sob a ótica das teorias da prática, inclusive, pela perspectiva masculina. Iniciativas de consumo consciente no segmento de vestuário como a customização, o *upcycling*, também conhecido como reutilização criativa, e o armário-cápsula devem ser estudados, pois podem fornecer contribuições importantes às práticas de consumo sustentável. A segunda sugestão é avaliar de maneira mais profunda as redes de práticas que se processam por meio do compartilhamento de práticas do vestuário, em eventos que envolvem o setor. Em Fortaleza-CE, por exemplo, verificou-se a crescente popularização desses eventos que acontecem de maneira periódica em pontos específicos da

cidade. Alguns eventos realizados pela loja compartilhada pesquisada são, inclusive, em parceria com a prefeitura municipal. Então, essa é uma opção que também pode revelar dados importantes acerca do consumo de vestuário como prática sustentável.

REFERÊNCIAS

AMARO, L. E. S. A individualidade e o consumo: origens de uma noção, prenúncios de uma crise. **Gestão e Desenvolvimento**, Novo Hamburgo, ano XI, v. 11, n. 1, p. 1-13, jan. 2014.

ANACOPOULO, E. P. One More Time: What Is Practice? **TAP: Teoria e Prática em Administração**, v. 5, n. 2, p. 1-26, 2015.

ARMSTRONG, C. M.; LEHEW, M. L. A. Sustainable Apparel Product Development: In Search of a New Dominant Social Paradigm for the Field Using Sustainable Approaches, Fashion Practice. **The Journal of Design, Creative Process & the Fashion Industry**, v. 3, n. 1, p. 29-62, 2011.

ASSADOURIAN, E. Transforming cultures: from consumerism to sustainability. **Journal of macromarketing**, v.30, n. 1, p. 186-191, 2010.

ATKINSON, G.; DIETZ, E.; NEUMAYER, E. Sustainable consumption. *In*: ATKINSON, G.; DIETZ, S.; NEUMAYER, E. (Eds.). **Handbook of sustainable development**. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2007. Disponível em: <http://www.comunita.com.br/assets/handbookofsustainabledevelopment.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2019.

AZEVEDO, C. M.; ARY, L. B. G.; SILVA, M. E. 10 anos de publicações brasileiras sobre consumo sustentável. *In*: ENCONTRO INTERNACIONAL DE GESTÃO EMPRESARIAL E MEIO AMBIENTE, 10, 2018, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo, 2018.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARDHI, F.; ECKHARDT, G. M. Access-based consumption: the case of car sharing. **Journal of Consumer Research**, v. 39, p. 881-898, 2012.

BAUDRILLARD, J. A sociedade de consumo. Lisboa: Edições 70, 1995.

BAUMGARTNER, R. J. Critical perspectives of sustainable development research and practice. **Journal of Cleaner Production**, Elsevier, v. 19, n. 8, p. 783-786, 2011.

BAUMAN, Z. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Z. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAUMAN, Z; MAY, T. **Aprendendo a pensar com a sociologia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BELK, R. You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. **Journal of Business Research**, 67, p. 1595-1600, 2014.

BELLEN, H. M. V. Desenvolvimento Sustentável: uma descrição das principais ferramentas de avaliação. **Ambiente & Sociedade**, v. VII, n. 1, 2004.

BOUNDY, D. When money is the drug. In: BENSON, A. L. (Org.). **I shop, Therefore I am: compulsive buying and the search for self**. Northvale, NJ: Aronson Inc., 2000.

BOSCH, P. V. D. **A filosofia e a felicidade**. Lisboa: Instituto Piaget, 1997.

BOTSMAN, R. Defining the sharing economy: what is collaborative consumption - and what isn't? **Fast Company**, 2015. Disponível em: <https://www.fastcompany.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt>. Acesso em: 20 fev. 2019.

BOSTMAN, R.; ROGER, R. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BOURDIEU, P. Esboço de uma teoria da prática. In: ORTIZ, Renato (Org.). **A sociologia de Pierre Bourdieu**. São Paulo: Ática, p. 46-81, 1983

BUARQUE, S. C. **Construindo o desenvolvimento local sustentável: metodologia de planejamento**. São Paulo: RCS, 2008.

CALÍOPE, T. S.; PARIS, I. R.; LEOCÁRIO A. L. Comportamento de Consumo de Moda: Motivações e Atributos no Descarte de Roupas Usadas. E&G - **Revista Economia e Gestão**, v. 17, p. 44-64, 2018.

CARTOMANGO, M. C.; ROCHA, L. C. Como criar e classificar categorias para fazer análise de conteúdo: uma questão metodológica. **Revista Eletrônica de Ciência Política**, v. 7, n. 1, 2016.

CESA, S; TURRA, A; BARUQUE-RAMOS, J. Synthetic fibers as microplastics in the marine environment: A review from textile perspective with a focus on domestic washings. **Science of The Total Environment**, v. 598, p. 1116-1129, 2017.

CIETTA, E. **A revolução do fast fashion: estratégias e modelos organizados para competir nas indústrias híbridas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

CONTI, F.; FIGUEIREDO, L. F. Design de sistemas para análise do ciclo de vida de um produto: slow fashion. **En Systems & Design: From Theory to Product**, Editorial Universitat Politècnica de València, p. 239-250, 2017.

CORTEZ, A. T. C. **Consumo e desperdício: as duas faces das desigualdades**. São Paulo: Unesp, 2009. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/n9brm/pdf/ortigoza-9788579830075-03.pdf>. Acesso em: 03 mar. 2019.

COHEN, B.; KIETZMANN, J. Ride on! Mobility bussiness models for the sharing economy. **Organização & Environment**, v. 27, n. 3, p. 279-296, 2014.

CLARK, H. Slow fashion – na oxymoron- or a promise for the future? **Fashion Theory**, v.12, n. 4, p. 427-446, 2008.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativos, quantitativos e mistos**. Porto Alegre: Artmed, 2007.

CRESWELL, J. W. **Investigação qualitativa e projeto de pesquisa: escolhendo entre cinco abordagens**. 2014. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788565848893/cfi/98!4/4@0.00:26.8>. Acesso em: 17 fev. 2019.

CNDL. Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas; SPC. Serviço de Proteção ao Crédito; BRASIL. 2018. Disponível em: https://www.spcbrasil.org.br/.../wp.../SPC-Analise_-_Consumo-Colaborativo-2018.pdf. Acesso em: 01 mar. 2019.

DEBUS, M. **Manual para excelência en la investigación mediante grupos focales**. Washington: Academy for Educational Development, 1997.

DOVERS, S. R.; HANDMER, J. W. Uncertainty, Sustainable and change. **Global Environmental Change**, v. 2, n.4, p.262-276, 1992.

DUBOIS, E.; SCHOR, J.; CARFAGNA, L. Connected consumption: a sharing economy takes hold. **Rotman Management**, p. 50-55, 2014.

ELLEN, M. A. F. **A new textiles economy: Redesigning fashion's future**. 2017. Disponível em: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report.pdf. Acesso em: 15 mar. 2019.

ERTEKIN, Z. O.; ATIK, D. Sustainable Markets: Motivating Factors, Barriers, and Remedies for Mobilization of Slow Fashion. **Journal of Macromarketing**, v. 35, n. 1, p. 53-69, 2015.

FELDMAN, M. S.; ORLIKOWSKI, W. J. “Theorizing Practice and Practicing Theory.” **Organization Science**, v. 22, p. 1240-1253, 2011.

FLETCHER, K. Slow fashion. **The Ecologist**, 2007. Disponível em: http://www.theecologist.org/green_green_living/clothing/269245/slow_fashion.html. Acesso em: 10 mar. 2019.

FLETCHER, K. **Sustainable Fashion and Textiles**. Londres: Earthscan, 2008.

FLETCHER, K. **Slow fashion: an invitation for systems change**. Fashion practice, v. 2, n. 2, p. 259–265, 2010.

FLETCHER, K.; GROSE, L. **Moda & sustentabilidade: design para mudança**. São Paulo: Senac, 2011.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

- FREITAS, R. S.; JABBOUR, C. J. C. Utilizando estudo de caso(s) como estratégia de pesquisa qualitativa: boas práticas e sugestões. **Estudo & Debate**, Lajeado, v. 18, n. 2, p. 7-22, 2011.
- GAIÃO, B. F. S.; SOUZA, I. L.; LEÃO, A. M. S. Consumer Culture Theory (CCT) já é uma escola do pensamento em marketing? **RAE - Revista de Administração de Empresas**, v. 52, n. 3, 2012.
- GHERARDI, S. Introduction: The Critical Power of the 'Practice Lens'. **Management Learning**, Sage, v. 40, n. 2, p. 115-12, 2009. Disponível em: <http://www.sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav> <http://mlq.sagepub.com>. Acesso em: 22. fev. 2019.
- GHERARDI, S. **To start practice theorizing anew**: The contribution of the concepts of agencement and formativeness. *Organization*, Sage, v. 23, n.5, p. 680–698, 2016.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em: <https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9nicas-de-pesquisa-social.pdf>. Acesso em: 17 mar. 2019.
- GIL, A. C. **Estudo de caso**: fundamentação científica: subsídios para coleta e análise de dados: como redigir o relatório. São Paulo: Atlas, 2009.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2018. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012934/cfi/6/10!/4/14/2@0:90.1>. Acesso em: 16 mar. 2019
- GOMES, D. V. Educação para o consumo ético e sustentável. **REMEA - Revista eletrônica Mestrado em Educação Ambiental**, 2006. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/remea/article/view/2778/1567>. Acesso em: 20 mar. 2019.
- GODOY, A. S. Refletindo sobre critérios de qualidade da pesquisa qualitativa. **Gestão. Org-Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v. 3, n. 2, 2005.
- HARGREAVES, T. Practice-ing behaviour change: Applying social practice theory to pro-environmental behaviour change. **Journal of Consumer Culture**, v. 11, n.1, p. 79–99, 2011.
- HOLT, T. The trend to slow fashion. Ethical fashion: myth or future trend? **Journal of Fashion Marketing & Management**, v.10, n. 3, p. 360–371, 2009.
- HOPWOOD, B.; MELLOR, M.; O`BRIEN, G. Sustainable Development: Mapping Different Approaches. **Sustainable Development**, v.13, 2005.
- INSTITUTO AKATU. **Consumo consciente de roupas**: alugue, compartilhe ou troque com outras pessoas, 2017. Disponível em: <https://www.akatu.org.br/noticia/consumo-consciente-de-roupas-alugue-compartilhe-ou-troque-com-outras-pessoas/> Acessado em: 26 mar. 2019.

JARZABKOWKI, P. Strategy as practice: recursiveness, adaptation, and practice-in-use, *Organization Studies*, v. 25, n. 4, 2004.

JARZABKOWKI, P.; KAPLAN, S.; SEIDL, D.; WHITTINGTON, R. On the risk of studying practices in isolation: Linking what, who, and how in strategy research. *Strat. Organ*, v.14, p.248–259, 2016.

JONES, C. Poststructuralism in critical management studies. *The Oxford Handbook of Critical Management Studies*. **Researchgate**, 2009.

JUNG, S.; JIN, B. Sustainable Development of Slow Fashion Bussines: Customer Value **Approach**. *Sustainability*, v. 8, n.6, p, 3-15. 2016.

KIM, H.; CHOO, H. J.; YOON, N. **The motivational drivers of fast fashion avoidance**. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, v.17, n.2, p. 243–260, 2013.

KINALSKI, D. D. F.; PAULA, C. C.; PADOIN, S. M. M.; NEVES, E. T.; KLEINUBING, R. E.; CORTES, L. F. Focus Group on Qualitative Research: experience report. **Rev. Bras. Enferm.** [internet], v. 70, n. 2, p. 424-9, 2017. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/reben/v70n2/pt_0034-7167-reben-70-02-0424.pdf. acesso em: 21 mar. 2019.

KRUEGER, R.A; CASEY, M.A. **Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research**. Thousand Oaks, CA: Sage, 2000.

LAGO, A. A. C. **Conferências de Desenvolvimento Sustentável**. Brasília: FUNAG, 2013.

LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal: uma análise da sociedade de hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: a moda e seus destinos na sociedade moderna**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LIU, C.; STATE, L.; POOKULANGA, S.; SHEPHARD, A. Will youg consumers buys fast fashion with the luxury ingrediente of american alligator leather: a study of lifestyle characteristics and motivating factors. **Institute for Global Business Research: International Conference Proceedings**, Nashville, TN, USA, v. 2, n.1, p. 129-132, 2018.

MARTINS, H. T. S. Metodologia qualitativa de pesquisa. **Revistas Científicas de América Latina y el Caribe**, España y Portuga, 2004. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/html/298/29830207/>>. Acesso em: 15 mar. 2019.

MOBUS, A. R. **Sociedade de consumo, modernidade e globalização**. São Paulo: Annablune, 2007. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=6hCv_zSLI2YC&pg=PA21&hl=pt-BR&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 17 mar. 2019.

MAUNER, A. M.; FIGUEIRÓ, P. S.; CAMPOS, S. A. P.; SILVA, V. S.; BARCELLOS, M. D. Yes, we can! O desenvolvimento de iniciativas de consumo colaborativo no Brasil. **BASE: Revista de Administração e Contabilidade de Unisinos**, p. 68-80, 2015.

MICHAELIS, L. **Ethics of consumption**. Oxford: OCEES/OCSC, 2000. Disponível em: <http://env.chass.utoronto.ca/env200y/TEST_PREP/ESSAY_Q03/EthicsofConsumption.pdf> Acesso em: 22 mar. 2019.

MICHAELIS, L. The role of business in sustainable consumption. **Journal of Cleaner Production**, v. 11, p. 915- 92, 2003.

MINAYO, M. C.; DESLANDES, S.; GOMES, R. **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2006. <http://www.mobilizadores.org.br/wp-content/uploads/2015/03/MINAYO-M.-Cec%C3%ADlia-org.-Pesquisa-social-teoria-m%C3%A9todo-e-criatividade.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2019.

MMA. Ministério do meio Ambiente. Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. **Mudança dos padrões de consumo**. 2015. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/estruturas/agenda21/_arquivos/cap04.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2019.

MMA. Ministério do meio Ambiente. **Responsabilidade socioambiental Agenda 21 – Agenda 21 Global**. 2015. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/agenda-21/agenda-21-global.html>>. Acesso em: 15 mar. 2019.

MOLZ, G. J. **Collaborative surveillance and technologies of trust: online reputation systems in the ‘new’ sharing economy**. In **media, surveillance and identity: a social perspective**. Edited by A. Jansson & M. Christensen. New York: Peter Lang, p. 127-144, 2014.

NICOLINI, D. Practice Theory as a Package of Theory, Method and Vocabulary: Affordances and Limitations. In: JONAS, M.; LITTIG, B.; WROBLEWSKI A. (Eds.). **Methodological Reflections on Practice Oriented Theories**, p.19-34. Cham: Springer, 2017.

NIINIMÄKI, K. (Ed). **Book: sustainable fashion: New approaches**, 2013. Disponível em: <<https://shop.aalto.fi/media/attachments/1ee80/SustainableFashion.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2019.

NIINIMÄKI, K.; HASSI, L. Emerging design strategies in sustainable production and consumption of textiles and clothing. **Journal of Cleaner Production**, v. 19, n. 16, p. 1876-1888, 2011.

ONU. Organização das Nações Unidas. **Transformando nosso mundo: Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável**. 2015. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>. Acesso em: 05 mar. 2019.

OLIVEIRA, V. M.; CORREIA, S. É. N.; GOMEZ, C. R. P. G. Cultura de consumo, sustentabilidade e práticas empresariais: como as empresas podem contribuir para

promover o valor simbólico da sustentabilidade nas atividades de consumo? **GeAS - Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, v. 5, n. 1, 2016.

PAIVA JÚNIOR, F. G.; LEÃO A. L. M. S.; SÉRGIO, M. C. B. Validade e confiabilidade na pesquisa qualitativa em administração. **Revista de Ciências da Administração**, v.13, n.31, p. 190-209, 2011.

PEDROSO, P. **Guarda-roupa compartilhado oferece acesso a peças por assinatura em São Paulo**. 2017. Disponível em:
<https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2017/01/1847632-guarda-roupa-compartilhado-oferece-acesso-a-pecas-por-assinatura-em-sp.shtml>. Acesso em: 02 fev. 2019.

PETRINI, M. C.; FREITAS, C. S.; SILVEIRA, L. M. A proposal for a typology of sharing economy. **RAM, Rev. Adm. Mackenzie**, São Paulo, v. 18, n. 5, 2017.

PORTILHO, F. Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. Cadernos EBAPE.BR, edição Temática, 2005.

PISCICELLI, L.; FISCHER, T.; COOPER, T. The role values in collaborative consumption: insights from a product-service system for lending and borrowing in the UK. **Journal of Cleaner Production**, v. 97, p. 21-29, 2015.

RASKIN, P. D.; ELECTRIS, C.; ROSEN, R. A. The century ahead: searching for sustainability. **Sustainability**, v. 2, n. 8, p. 2626-2651, 2010. Disponível em:
<https://www.mdpi.com/2071-1050/2/8/2626>. Acesso em: 15 mar. 2019.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I, M. **Metodologia da Pesquisa Aplicável as Ciências Sociais**. Local: Editora, 2006.

RECKWITZ, A. Toward a theory of social practices: a development in culturalist theorizing. **European Journal of Social Theory**, SAGE Journals, v. 5, n. 2, p- 243–263, 2002a. Disponível em:
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/13684310222225432?journalCode=esta>. Acesso em: 15 mar. 2019.

RECKWITZ, A. The Status of the “Material” in Theories of Culture: From “Social Structure” to “Artefacts”. **Journal for the Theory of Social Behaviour**, v. 32, n.2, p.195-217. The Executive Management Committee/Blackwell Publishers Ltd. 2002b. Disponível em:

ROHDEN, S. F.; DURAYSKI, J.; TEIXEIRA, A. P. P.; MONTELONGO, A.; ROSSI, C. A. V. Consumo colaborativo: modismo ou revolução? **Desenvolve - Revista de Gestão Unilasalle**, Canoas, v. 4, n. 2, p. 9-24, 2015. Disponível em:
<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/148056/001001183.pdf?sequence=1>
 . Acesso em: 16 mar. 2019.

ROUX, D.; KORCHIA, M. Am I What I Wear? An Exploratory Study of Symbolic Meanings Associated with Secondhand Clothing. *Advances in Consumer Research*, 33(1), 29-35, 2006.

SAHAKIAN, M.; WILHITE, H. Making practice theory practicable: towards more sustainable forms of consumption. **Journal of Consumer Culture**, v.14, p. 25-44, 2013. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/14695-40513505607?journalCode=joca> . Acesso em: 16 mar. 2019.

SALAS-ZAPATA, W.; RÍOS OSORIO, L.; CASTILLO, J. A. D. La ciencia emergente de la sustentabilidad: de la práctica científica hacia la constitución de una ciencia. **Interciencia**, v. 2, n. 9, 2011. Disponível em: <https://www.interciencia.net/wp-content/uploads/2018/01/699-e-SALAS-8.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2019.

SILVA, M. E.; GÓMEZ, C. R. P. O papel do governo e a prática do consumo sustentável: como esse stakeholder atua no setor elétrico? **RECAM: Revista Eletrônica de Ciências Administrativas**, v. 10, p. 107-123, 2011.

SILVA, M. E.; OLIVEIRA, A. P. M.; GÓMEZ, C. R. P. Indicadores de consumo consciente: uma avaliação do recifense sob a ótica do consumo sustentável. **RECAM: Revista Eletrônica de Ciências Administrativas**, v. 12, p. 39-56, 2013.

SILVA, M. E.; CÂNDIDO, G. A. **A contribuição dos negócios para o consumo sustentável**: uma proposta de categorias teóricas e de análises e parâmetros, 2014.

SILVA, M. E.; FIGUEIREDO, M. D. Sustainability as practice: reflections on the creation of institutional logic. **Sustainability**, v. 9, 2017.

SILVA, A.H; FOSSÁ, M.I.T. Análise De Conteúdo: Exemplo De Aplicação Da Técnica Para Análise De Dados Qualitativos. *Qualit@s Revista Eletrônica*, v. 17, n. 1, 2015.

SILVA, M. E.; FIGUEIREDO, M. D. Practicing sustainability for responsible business in supply chains. **Journal of Cleaner Production**, v. 251, p.119621, 2020.

SILVA JR. A.; SILVA, P.; MESQUITA, J. M. A Dimensão Teórica e Metodológica do Grupo Focal no Contexto da Pesquisa Qualitativa. In: SOUZA, E. (Org.). **Metodologias e Análises Qualitativas em Pesquisa Organizacional**: uma abordagem teórico-conceitual – Dados Eletrônicos. Vitória: Edusc, 2014.

SILVEIRA, L. M.; PETRINI, M.; SANTOS, A. C. M. Z. **Sharing economy and collaborative consumption**: What are we researching?. *Revista de Gestão USP*, v. 23, n. 4, p. 298- 305, 2016. Gale Academic Onefile, acessado: 23 jan. 2020.

SCHATZKI, T. R. **Social practice**: a wittgensteinian approach to human activity and the social. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.

SCHATZKI, T. R. Introduction: practice theory. In: SCHATZKI, T. R.; KNORR-CETINA, K.; SAVIGNY, E. **The practice turn in contemporary**. London: Routledge, 2001.

SCHATZKI, T. R. Peripheral Vision: The sites of organizations. **Organization studies**, v. 26, n. 3, p. 465-84, 2005.

- SCHATZKI, T. R. A primer on practices. *In: practice-based education*. Sensepublishers, p. 13-26, 2012.
- SCHATZKI, T. R. **Social change in a material world**. New York: Routledge, 2019.
- SHOVE, E.; PANTZAR, M.; WATSON, M. **The dynamics of social practice: everyday life and how it changes**. London: Sage Publications, 2012.
- SHOVE, E.; PANTZAR, M. Consumers, Producers and Practices: Understanding the invention and reinvention of Nordic walking. *Journal of Consumer Culture*, v.5, n. 1, p. 43-64, 2005.
- SHOVE, E.; PANTZAR, M. Recruitment and Reproduction: The Careers and Carriers of Digital Photography and Floorball. *Human Affairs*, 17, 2, 154–67, 2007.
- SHOVE, E. Beyond the ABC: Climate change policy and theories of social change. **Environment and Planning A**, v. 4, n. 2, p. 1273–1285, 2010.
- SANTOS, F. L.; MENEZES D. C. S.; CAETANO, C. S. Análise da Influência do Consumo Colaborativo no Processo Decisório de Compra dos Consumidores de Porto Alegre. *In: encontro internacional empresarial sobre gestão e meio ambiente*, 2017.
- SARTORI, S.; LATRÔNICO, F.; CAMPOS, L. M. S. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: uma taxonomia no campo da literatura. **Ambiente & Sociedade**, n. 1, 2014.
- SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Lojas colaborativas: informe de mercado. 2017. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PA/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/SU-LojasColaborativas-vsfinal%2021-11-17.pdf>>. Acesso em: 17 fev.2020.
- SPAARGAREN, G. **Theories of practices: Agency, technology, and culture**. *Global Environmental Change*, v. 21, n.3, p. 813–822, 2011.
- SPAARGAREN, G.; OOSTERVEER, P. Citizen-consumers as agents of change in globalizing modernity: the case os sustainable consumption. **Sustainability**, v. 2, n. 7, p. 1887-1908, 2010.
- SPURLING, N.; MCMEEKIN, A.; SHOVE, E.; SOUTHERTON, D. WELCH. Interventions in practice: re-framing policy approaches to consumer behavior. **Sustainable Practices Research Group report**, 2013.
- SUTHERLAND, W.; JARRAHI, M. H. The sharing economy and digital platforms: A review and research agenda. **International Journal of Information Management**, v. 43, p. 328–341, 2018.
- SÜßBAUER, E.; SCHÄFER, M. Greening the workplace: conceptualising workplaces as settings for enabling sustainable consumption. **International Journal Innovation and Sustainable Development**, v. 12, n. 3, p. 327-349, 2018.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

WARDE, A. Consumption and theories of practice. **Journal of Consumer Culture**, v. 5, n. 2, p. 131-153, 2005.

WBCSD. World Business Council For Sustainable Development. **Sustainable Consumption Fact and Trends From a Business Perspective**. 2008. Disponível em: <<https://docs.wbcsd.org/2008/11/SustainableConsumptionFactsAndTrends.pdf>> Acesso em: 11 mar. 2019.

UNIETHOS. **Sustentabilidade e competitividade na cadeia de moda**. 2013. Disponível em: <http://www.abit.org.br/conteudo/links/estudo_sustentabilidade_uniethos.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2019.

YIN, R. K. **Estudos de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2014.

APÊNDICE A – CARTA DE APRESENTAÇÃO

Prezado (a),

Meu nome é Márcia Regina Cavalcante Costa, sou mestranda do Curso de Administração na Universidade de Fortaleza. Estou desenvolvendo minha pesquisa buscando identificar os elementos da prática e a dinâmica de compartilhar peças do vestuário, para verificar a possibilidade de considerá-la como prática de consumo sustentável.

Inicialmente, gostaria de agradecer por me receber e possibilitar a realização dessa pesquisa na sua loja compartilhada. Ao cumprimento desta pesquisa, serão realizadas entrevistas, observação não participante e grupo focal. A mesma terá duração de seis meses (julho/2019 a dez/2019) e, no decorrer desse período, efetuarei as coletas de dados. Todos os dados coletados, como as gravações dos grupos focais e entrevistas, e as fotos da loja compartilhada, constituirão a pesquisa ora realizada.

Ressalto que, todas as informações aqui coletadas serão estritamente para fins acadêmicos, inicialmente para minha dissertação de mestrado e possivelmente em publicações acadêmicas advindas dessa. Caso haja algum tipo de limitação sobre essas publicações, solicito sua indicação. Enfatizo que a pesquisa salvaguardará as identidades de todos os envolvidos: loja compartilhada e entrevistados.

Coloco-me à disposição para sanar quaisquer questionamentos.

Atenciosamente,

Márcia Costa
Mestranda em Administração de Empresas

APÊNCIDE B – TERMO DE AUTORIZAÇÃO**TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA COLETA DE DADOS**

Eu, _____, gestor da empresa _____, autorizo Márcia Regina Cavalcante Costa, mestranda do curso de Administração de Empresas na Universidade de Fortaleza, a realizar a coleta de dados nessa loja compartilhada, com a finalidade de realizar uma pesquisa com título: A DINÂMICA DOS ELEMENTOS DA PRÁTICA DE COMPARTILHAR PEÇAS DO VESTUÁRIO NA CIDADE DE FORTALEZA-CE. Estou ciente e de acordo com a coleta de dados via entrevista, observação não participante e grupo focal. Poderão ser usadas fotos da loja compartilhada para compor a pesquisa, desde que não apareça nome ou logo da mesma. Todo e qualquer contato com os empreendedores e clientes para entrevistas e grupo focal, deverá ter autorização prévia dos mesmos. Qualquer informação adicional que venha a ser necessária para a pesquisa deverá contar com uma nova autorização por escrito.

Assinatura do responsável pela loja compartilhada

Márcia Costa
Mestranda em Administração

APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA 1 (GESTORES DA LOJA COMPARTILHADA)

Objetivos: Compreender os elementos da prática e a dinâmica dos elementos da prática de compartilhar peças de vestuário na cidade de Fortaleza-CE. Os elementos da prática, conforme Shove *et al.* (2012) são: materiais (infraestrutura, ferramenta e objetos), competências (conhecimentos e habilidades incorporadas) e significados (convenções culturais, expectativas e significados socialmente compartilhados).

Entrevistados: Foram entrevistados os gestores da loja compartilhada que realizam o compartilhamento de peças de vestuário em Fortaleza-CE.

PERGUNTAS DE IDENTIFICAÇÃO – PERFIL DO ENTREVISTADO

- Qual a sua idade e gênero?
- Há quanto tempo você tem esse empreendimento de brechó e loja compartilhada?
- Qual a sua função e responsabilidades aqui?
- Você já teve outras experiências profissionais? Se sim, você incorporou alguma experiência/competência adquirida antes? Qual e por quê?
- Para gerir essa loja compartilhada você precisou aprender alguma coisa em específico?

PERGUNTAS SOBRE A MOTIVAÇÃO

- Qual a sua história/ vivência com peças de segunda mão/compartilhada?
- O que levou você a investir em um empreendimento de loja compartilhada?
- Em ordem de maior importância, elenque três objetivos que você almeja para o seu empreendimento compartilhado.

PERGUNTAS SOBRE OS ELEMENTOS DA PRÁTICA

- Para você, qual a diferença entre um empreendimento de loja compartilhada e uma loja convencional/ *fast-fashion*?
- Para montar um empreendimento de loja compartilhada, o que é necessário?
- Abrir/gerir um empreendimento de loja compartilhada fez você desenvolver algum tipo de habilidade? Qual ou quais e por quê?
- Como você apresenta, para clientes/amigos, a loja compartilhada/brechó?

PERGUNTAS SOBRE SUSTENTABILIDADE

- Para vocês, o que significa consumo sustentável/ consumo consciente/ sustentabilidade na moda, há alguma diferença entre esses termos?
- Qual a contribuição dessa loja compartilhada para a sustentabilidade?

APÊNDICE D – ROTEIRO DE GRUPO FOCAL E ENTREVISTA COLETIVA (PRATICANTES/CLIENTES)

Objetivos: Compreender os elementos da prática e a dinâmica dos elementos da prática de compartilhar peças de vestuário na cidade de Fortaleza-CE. Os elementos da prática, conforme Shove *et al.* (2012) são: materiais (infraestrutura, ferramenta e objetos), competências (conhecimentos e habilidades incorporadas) e significados (convenções culturais, expectativas e significados socialmente compartilhados).

Participantes do grupo focal: O grupo focal foi realizado entre os clientes/praticantes da loja compartilhada que praticam o compartilhamento de peças de vestuário em Fortaleza-CE.

PERGUNTAS DE IDENTIFICAÇÃO – PERFIL DO ENTREVISTADO

- Qual a idade e gênero de cada um de vocês?
- Há quanto tempo vocês usam roupa segunda mão/compartilhada?
- Vocês preferem falar loja compartilhada ou brechó?
- Como vocês conheceram essa loja compartilhada/brechó?
- Quantas vezes vocês costumam vim aqui?

PERGUNTAS SOBRE A MOTIVAÇÃO

- O que levou vocês aderirem à loja compartilhada, quais suas histórias com peças de segunda mão?
- Se vocês pudessem elencar dois motivos (em ordem de maior importância) que os levam a consumir peças de segunda mão, quais seriam?

PERGUNTAS SOBRE OS ELEMENTOS DA PRÁTICA

- O que significa para vocês uma loja como essa aqui, em Fortaleza?
- Tem alguma diferença entre usar peças compartilhadas e peças de loja de departamento (*fast-fashion*)? Se sim, qual ou quais?
- Para vocês, há alguma diferença entre o espaço físico (loja) compartilhado e uma loja convencional/ *fast-fashion*? Se sim, qual ou quais?
- O que vocês aprenderam ou têm aprendido ao optarem por usar peças compartilhadas/de segunda mão?

PERGUNTAS SOBRE SUSTENTABILIDADE

- Para vocês, o que significa consumo sustentável/ consumo consciente/ sustentabilidade na moda, há alguma diferença entre esses termos?

APÊNDICE E – ENTREVISTA INDIVIDUAL (PRATICANTES/CLIENTES)

Objetivos: Compreender os elementos da prática e a dinâmica dos elementos da prática de compartilhar peças de vestuário na cidade de Fortaleza-CE. Os elementos da prática, conforme Shove *et al.* (2012) são: materiais (infraestrutura, ferramenta e objetos), competências (conhecimentos e habilidades incorporadas) e significados (convenções culturais, expectativas e significados socialmente compartilhados).

Participantes das entrevistas: As entrevistas individuais semi-estruturadas foram realizadas entre os clientes/praticantes da loja compartilhada que praticam o compartilhamento de peças de vestuário em Fortaleza-CE.

PERGUNTAS DE IDENTIFICAÇÃO – PERFIL DO ENTREVISTADO

- Qual sua idade e gênero?
- Há quanto tempo você usa roupa segunda mão/compartilhada?
- Você prefere falar loja compartilhada ou brechó?
- Como você conheceu essa loja compartilhada/brechó?
- Quantas vezes você costuma vim aqui?

PERGUNTAS SOBRE A MOTIVAÇÃO

- O que levou você aderir à loja compartilhada, qual a sua história com peças de segunda mão?
- Se você pudesse elencar dois motivos (em ordem de maior importância) que o leva a consumir peças de segunda mão, quais seriam?

PERGUNTAS SOBRE OS ELEMENTOS DA PRÁTICA

- O que significa para você uma loja como essa aqui, em Fortaleza?
- Tem alguma diferença entre usar peças compartilhadas e peças de loja de departamento (*fast-fashion*)? Se sim, qual ou quais?
- Para você, há alguma diferença entre o espaço físico (loja) compartilhado e uma loja convencional/ *fast-fashion*? Se sim, qual ou quais?
- O que você aprendeu ou têm aprendido ao optar por usar peças compartilhadas/de segunda mão?

PERGUNTAS SOBRE SUSTENTABILIDADE

- Para você, o que significa consumo sustentável/ consumo consciente/ sustentabilidade na moda, há alguma diferença entre esses termos?

APÊNDICE F – ROTEIRO DA OBSERVAÇÃO NÃO PARTICIPANTE¹

Objetivo da Interpretação:

Analisar, entre os agentes qualificados (consumidores e empreendedores), as práticas de compartilhar peças de vestuário na cidade de Fortaleza-CE. O objetivo é compreender os elementos e a dinâmica que constituem essa prática, tendo como base a perceptiva da teoria da prática proposta por Shove et al., (2012). O intuito foi observar a loja compartilhada e como as pessoas (todos os agentes) interagem dentro do contexto.

Essa etapa teve a função de identificar: quais ações, os padrões incorporados, os contextos, etc, que foram claramente definidos?

Campo:

O campo pesquisado foi uma loja compartilhada de peças do vestuário, na cidade de Fortaleza-CE. Foram observados todos os agentes que compõe essa prática, a fim de compreender os elementos que constituem a prática.

Participantes:

Foram observados os praticantes (as pessoas que praticam o compartilhamento e os empreendedores, ou seja, o contexto) do compartilhamento de peças de vestuário na cidade de Fortaleza-CE.

¹ Adaptado de Flick (2009, p. 259).