



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas
Públicas

Departamento de Administração

AMANDA RODRIGUES DE SOUSA

**COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR EM RELAÇÃO AO
DESCARTE DE BENS DE VESTUÁRIO POR MEIO DA
REUTILIZAÇÃO**

Brasília - DF

2022

AMANDA RODRIGUES DE SOUSA

**COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR EM RELAÇÃO
AO DESCARTE DE BENS DE VESTUÁRIO POR MEIO
DA REUTILIZAÇÃO**

Monografia apresentada ao
Departamento de Administração como
requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Administração.

Professor Orientador: Doutor, Diego
Mota Vieira

Brasília – DF

2022

AMANDA RODRIGUES DE SOUSA

**COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR EM RELAÇÃO AO
DESCARTE DE BENS DE VESTUÁRIO POR MEIO DA
REUTILIZAÇÃO**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de
Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília do
(a) aluno (a)

AMANDA RODRIGUES DE SOUSA

Doutor, Diego Mota Vieira
Professor-Orientador

Doutor, Leonardo Silveira Conke
Professor-Examinador

Amanda Cristina Gaban Filippi
Professora-Examinadora

Brasília, 20 de setembro de 2022

Dedico este trabalho aos meus pais, Sônia e Orlando, e aos meus irmãos, Luiza e Orlando Junio, por todo o carinho, apoio e compreensão ao longo da minha jornada na universidade e na vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pelas graças dadas até aqui e por me sustentar sempre. Aos meus pais e irmãos, pelo amor que me dão e por nunca me deixarem desistir. Aos meus padrinhos, Celina e Luiz, por se fazerem presentes e sempre demonstrarem apoio. Aos meus amigos, em especial Sabrina, Lucas, Jhonatas, David Eloi e David Santos, por tornarem a minha caminhada mais leve há uns bons anos. Aos amigos e colegas do estágio, por toda a ajuda durante a realização do trabalho. Ao meu orientador, Diego, por todo o direcionamento e auxílio. Por fim, agradeço a todos os colegas e professores da Universidade de Brasília, pela singular experiência que vivi junto a todos durante a graduação, que marcou minha trajetória profundamente.

RESUMO

O objetivo deste trabalho é descrever como se comportam os consumidores que escolhem a reutilização como forma de descarte de seus bens de vestuário. Tendo como base a literatura preexistente sobre o processo decisório do consumidor, sobre o comportamento de descarte do consumidor e sobre reutilização, buscou-se atingir o propósito de agregar conhecimentos nessa modalidade de descarte, considerando o potencial de impacto que possui para a sociedade. Para tal, foram realizadas 15 entrevistas semiestruturadas, que permitiram coletar as percepções dos consumidores sobre as alternativas de descarte disponíveis, detalhar a opção de reutilização para a disposição dos bens e entender as estratégias adotadas para esse fim. Os resultados contribuem para o entendimento de que os indivíduos reutilizam seus bens de vestuário a partir da mudança de finalidade, personalização, transformação e reparo, incluindo ou não modificações físicas nas peças. Além disso, foi observado que os consumidores ficam limitados aos recursos e conhecimentos disponíveis e são influenciados por múltiplos aspectos, como fatores psicológicos, fatores ligados ao objeto em si e fatores situacionais.

Palavras-chave: Comportamento de descarte do consumidor. Reutilização de bens de vestuário. Estratégias de reutilização.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Processo decisório do consumidor.....	15
Figura 2 - Taxonomia da decisão de descarte.....	16
Figura 3 - Processo decisório do consumidor para o descarte de bens	19
Figura 4 - Fotografia - Camiseta regata.....	44
Figura 5 - Fotografia - Camiseta regata personalizada.....	46
Figura 6 - Fotografia - Camiseta regata personalizada 2.....	46
Figura 7 - Fotografia - Camiseta regata transformada.....	47
Figura 8 - Fotografia - Calça moletom reparada	48
Figura 9 - Especificidades do descarte por meio da reutilização	59
Figura 10 - Processo decisório do consumidor na reutilização.....	62

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Roteiro de entrevista.....	26
Quadro 2 - Perfil dos entrevistados	28
Quadro 3 - Quadro de definições - Categorias de análise.....	30
Quadro 4 – Quadro de definições: experiências de descarte	33
Quadro 5 - Quadro de definições - Fatores que influenciam o descarte.....	37
Quadro 6 - Quadro de definições - Participantes do processo decisório	39
Quadro 7 - Quadro de definições - Percepções do conceito de reutilização ..	40
Quadro 8 - Quadro de definições - Estratégias de reutilização.....	43
Quadro 9 - Quadro de definições - Recursos utilizados.....	49
Quadro 10 - Quadro de definições - Motivos para reutilização.....	52
Quadro 11 - Quadro de definições - Sentimentos relacionados à reutilização	55
Quadro 12 - Objetivos específicos, resultados e sugestões	66

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	8
1.1	Formulação do problema.....	10
1.2	Objetivo geral	11
1.3	Objetivos específicos.....	11
1.4	Justificativa.....	11
2	REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1	O processo decisório do consumidor	14
2.2	Comportamento de descarte do consumidor.....	16
2.3	Reutilização como forma de descarte	19
2.3.1	A criação de valor durante a reutilização.....	22
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA	24
3.1	Tipo e descrição geral da pesquisa	24
3.2	Procedimentos de coleta de dados	25
3.3	Participantes da pesquisa	28
3.4	Procedimentos de análise de dados	30
4	RESULTADO E DISCUSSÃO	32
4.1	Processo decisório de descarte	32
4.1.1	Experiências de descarte	33
4.1.2	Fatores que influenciam o descarte	36
4.1.3	Participantes da decisão de descarte.....	39
4.2	Reutilização de bens de vestuário.....	40
4.2.1	Estratégias de reutilização	43
4.2.2	Recursos utilizados	48
4.2.3	Motivações relacionadas.....	52
4.2.4	Sentimentos experimentados	55
4.2.5	O processo decisório de descarte na reutilização.....	57
5	CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES	64
	REFERÊNCIAS	68
	APÊNDICES.....	72
	Apêndice A – Árvore de categorias	72

1 INTRODUÇÃO

Visando suprir suas necessidades, os seres humanos sempre buscaram formas diferentes de explorar os recursos naturais disponíveis. A relação entre a humanidade e suas posses sofreu alterações ao longo do tempo e a natureza continuou a ser cada vez mais demandada. Um dos eventos marcantes para a história do consumo foi a Primeira Revolução Industrial.

Iniciada na Inglaterra, a Primeira Revolução Industrial foi a primeira grande mudança com impactos socioeconômicos e ambientais. O avanço do conhecimento científico e o surgimento de novas tecnologias tornou possível a extração de matéria prima natural em grande escala e a produção de bens em massa (AQUINO et al., 2015). Desde então, outras duas revoluções ocorreram e a quarta delas segue em desenvolvimento. Cada uma delas traz consigo novas tecnologias e, por consequência, novas formas de exploração ambiental. Assim, se torna fundamental a discussão a respeito das questões relacionadas ao meio ambiente e sustentabilidade.

A capacidade de regeneração do planeta não consegue acompanhar o crescimento populacional e aumento da produção e consumo. Em 2021, estima-se que a capacidade de regeneração se igualou à demanda por recursos no já primeiro semestre do ano (LIN; WAMBERSIE; WACKERNAGEL, 2021). Dessa forma, o modo de produção linear, utilizado até o momento, se mostra insustentável a longo prazo (SARJA; ONKILA; MÄKELÄ, 2021).

A economia linear se baseia principalmente em uma cadeia produtiva que passa pelas etapas de extração, produção e descarte. A finalização do ciclo dos produtos costuma ocorrer de maneiras prejudiciais ao meio ambiente, como através de queimadas e despejo em aterros sanitários. O modelo linear pode causar sérios danos ao meio ambiente, tendo em vista que o uso desenfreado de insumos pode levar a escassez de recursos naturais e gerar grandes quantidades de resíduos (LEGNAIOLI, 2022).

Segundo o panorama publicado pela Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (ABRELPE), em 2020 foram geradas 82,5 milhões de toneladas geradas de resíduos sólidos urbanos no Brasil, o equivalente a 225.965 toneladas diárias. Desse total, 45.802.448 toneladas foram destinadas ao local correto de descarte. Até 2050, projeta-se que a geração de resíduos no mundo

todo chegará às 3,4 bilhões de toneladas (KAZA et al., 2018). Na indústria têxtil, por exemplo, o descarte chega a cerca de 4 milhões de toneladas por ano no país, enquanto o setor segue apresentando crescimento (PUENTE, 2022).

Nesse contexto, visando minimizar os prejuízos ambientais, surge como forma de se opor ao modelo linear o conceito da economia circular. A economia circular busca tornar mais sustentável a relação entre produção, consumo e descarte através da constante redução, reutilização e reciclagem de insumos em todas as etapas do ciclo, aumentando a vida útil dos produtos e aproveitando-os o máximo possível (KIRCHHERR; REIKE; HEKKERT, 2017).

Dentro deste conceito, a gestão adequada dos resíduos ocupa uma posição crucial dentro dos objetivos da economia circular, tendo em vista a busca pela eficiência do uso de recursos e o aumento de resíduos gerados nos últimos anos. Sendo assim, para compreender a forma como os resíduos devem ser aproveitados, é importante entender como estes são descartados.

O descarte dos resíduos gerados pode ser analisado a partir da perspectiva da manufatura, da distribuição e do consumo. As primeiras englobam os possíveis desperdícios advindos diretamente das atividades industriais, enquanto o último diz respeito aos resquícios de bens utilizados pelos indivíduos. Na economia circular, ambas as perspectivas são fundamentais para a prática de um ciclo de produção mais sustentável.

As primeiras pesquisas que buscaram entender a forma como os indivíduos se comportam com relação ao mercado surgiram em torno dos anos 50, enquanto os estudos específicos sobre o como os indivíduos se desfazem de seus bens surgiram a partir dos anos 70. Em 1977, Jacoby, Berning e Dietvorts propuseram uma taxonomia definindo as opções de descarte que os consumidores possuem e elencaram alguns fatores que influenciam a escolha entre as modalidades..

Entre as alternativas descritas estão jogar fora, doar, trocar, vender, alugar, emprestar ou manter o bem, dando outro uso para ele ou guardando-o. Quando se opta por dar uma outra finalidade para o bem durante o descarte, o consumidor coloca em prática a reutilização (CRUZ-CÁRDENAS, GUADALUPE-LANAS, VELÍN-FÁREZ, 2019). Essa modalidade de descarte permite que o ciclo de consumo se estenda e leva ao melhor aproveitamento dos resquícios de bens que ainda podem ser utilizados de alguma forma. Diante do desafio de se estabelecer relações de consumo mais

sustentáveis ao longo do tempo, cresce a importância de explorar essa alternativa e entender como ela pode contribuir para a preservação do meio ambiente.

Assim, este trabalho foca no esclarecimento de aspectos relacionados ao comportamento de descarte através da reutilização. Para tal, foram escolhidos como categoria de referência os bens de vestuário, devido ao potencial de reaproveitamento que possuem e ao impacto ambiental que podem causar (NORUM, 2017; LAITALA, 2014).

1.1 Formulação do problema

A relação entre o consumidor e produtos, bens e serviços se inicia desde o momento da busca de informação sobre o item desejado, passa pela etapa de compra e perdura até o momento em que ocorre o descarte. O momento do descarte é aquele em que o consumidor identifica a necessidade de se desfazer de algo e precisa optar entre descartar permanentemente, descartar de forma temporária ou manter o item (JACOBY, BERNING E DIETVORST, 1977).

A fase de pós-consumo, no contexto do comportamento do consumidor, diz respeito ao momento em que um bem é totalmente utilizado e passa a ser submetido a uma avaliação de satisfação do uso por parte do usuário (VIEIRA et al., 2021). Nessa fase, alguns bens podem ser tratados como resquícios sem valor e jogados diretamente no lixo, baseando-se no julgamento de que estes não teriam mais serventia. Entretanto, em muitos dos casos os materiais despojados ainda possuem grande potencial de aproveitamento. Um exemplo disso são os bens de vestuário.

No Brasil, o mercado de vestuário é muito significativo. Em 2020, foram gastos cerca de R\$224 bilhões na compra de roupas no Brasil, o que equivale a aproximadamente 28 peças por habitante durante o ano (IEMI, 2021). Com a compra de novas peças, é provável que outras deixem de ser utilizadas, seja por questão de estilo, ajuste, condição física ou falta de espaço (NORUM, 2017). Sendo assim, ao notar que as peças não possuem mais utilidade, o consumidor passa a sentir a necessidade de encontrar maneiras para se desfazer delas. Uma opção para a disposição dessas peças é reutilizá-las, alterando seu uso e fazendo com que estas possam atender a outros desejos do indivíduo.

Estudos anteriores chegaram a apontar tendências e a identificar o perfil dos consumidores que adotam esse tipo de descarte (CRUZ-CÁRDENAS, GUADALUPE-LANAS, VELÍN-FÁREZ, 2019). Visando agregar mais informações ao conhecimento existente sobre essa alternativa de descarte, é importante também explorar suas aplicações práticas na realidade do consumidor. Nesse sentido, resta o questionamento: como se dá o comportamento de descarte dos consumidores em relação a bens de vestuário quando optam pela reutilização?

1.2 Objetivo geral

O objetivo geral do presente estudo é descrever o comportamento de reutilização como alternativa de descarte pelo consumidor.

1.3 Objetivos específicos

Os objetivos específicos a serem desenvolvidos neste estudo envolvem:

- 1) Descrever as percepções dos consumidores sobre as alternativas de descarte;
- 2) Analisar as etapas do processo decisório de descarte pelas quais os consumidores passam;
- 3) Identificar e caracterizar estratégias adotadas para reutilizar bens de vestuário.

1.4 Justificativa

O estudo do comportamento de descarte do consumidor é alvo de debates há algum tempo. No que diz respeito às ações de descarte dos produtos utilizados, algumas pesquisas se ocuparam do entendimento das relações de troca e doação. Vieira et al. (2021), por exemplo, falam sobre as experiências vividas por indivíduos a partir da interação com um espaço onde é possível doar itens e trocar por outros, e registram as percepções, motivações e influências dos que chegaram a doar ou trocar algum bem.

Norum (2017), por outro lado, estuda os processos de descarte a partir da decisão do consumidor jogar fora seus bens de vestuário. Segundo a autora, os indivíduos possuem critérios hierarquizados para classificar seus objetos, e alguns deles podem ou não serem compensatórios. Seguindo esses critérios, apesar de estarem receptivos a doar seus bens, muitas vezes os indivíduos acabam jogando-os no lixo. O incentivo à mudança na percepção da vida útil do produto poderia ajudar a evitar que bens de vestuário fossem parar em aterros sanitários precocemente. Sendo assim, a reutilização pode ser uma solução para o melhor aproveitamento dos objetos.

A reutilização pode ser entendida como uma maneira de redirecionar o uso de algum objeto, através da criação de valor, podendo ou não incluir a conversão física do mesmo (CRUZ-CÁRDENAS; GUADALUPE-LANAS; VELÍN-FÁREZ, 2019). Segundo Jacoby, Berning e Dietvorts (1977), dar um outro uso a um objeto é uma das formas de descarte pelas quais o consumidor pode dispor de seus bens.

É uma modalidade importante de descarte porque pode prolongar a vida útil do produto, reduzir o consumo de matéria prima, criar um novo valor para bens e, em alguns casos, até mesmo gerar novas formas de interagir em comunidade (CHERRIER; TÜRE, 2020). Além disso, essa alternativa é uma das atividades contidas no conceito da economia circular e ocupa um papel crucial no alcance de um desenvolvimento sustentável (KIRCHHERR; REIKE; HEKKERT, 2017).

Assim, estudar o tema pode contribuir não só para o campo acadêmico, ao adicionar mais conhecimentos aplicados na área, como também pode fornecer informações úteis para a sociedade e para a preservação do meio ambiente.

No que tange os benefícios sociais, é relevante pontuar o potencial da reutilização como geradora de empregos e fonte de renda para os indivíduos. Os bens reutilizados, especialmente os de vestuário, vem abrindo cada vez mais espaço no mercado, tendo em vista o crescimento das vendas de peças de segunda mão (WANG; FU; LI, 2022).

Empresas também podem tirar proveito dos resultados da pesquisa. Atualmente os consumidores vem demandando cada vez mais atitudes pró-ambientais. No consumo de roupas, por exemplo, 37% deles buscam saber se a peça é sustentável antes da compra (IEMI, 2022). Entretanto, as atitudes pró-ambientais envolvem não só a comercialização de produtos com maior responsabilidade social e ambiental, mas engloba também a etapa do pós-consumo.

Compreendendo como os consumidores se comportam no momento do descarte, as empresas podem ter ideias de como se encaixar nesse processo e, por consequência, se tornarem mais atrativas. Considerando os pontos citados acima, este estudo busca descrever o comportamento de descarte do consumidor, especialmente com relação à reutilização de bens de vestuário.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O processo decisório do consumidor

O comportamento dos consumidores frente à Economia Circular deve ser incentivado e estimulado (GEISSDOERFER et al., 2017). Ainda que façam parte do nível micro de atuação na Economia Circular, é necessário engajá-los no processo de transição para o sistema proposto. De acordo com Kirchherr, Reike e Hekkert (2017), a participação de consumidores responsáveis e novos modelos de negócio permitirá o alcance de um desenvolvimento sustentável.

Ademais, os usuários dos produtos são uma das peças chave para a mudança, uma vez que as ações das empresas são pensadas para satisfazer a necessidade dos consumidores e atender às suas expectativas. Sendo assim, para compreender a melhor forma de integrá-los no novo modelo proposto, é preciso entender como funcionam suas condutas e costumes.

A maneira como o consumidor interage com o mercado passou a fazer parte dos interesses principais das pesquisas de marketing no final da década de 1950. Na época, autores davam os primeiros passos para o entendimento de quais fatores poderiam influenciar o processo de compra, tais como motivações psicológicas, emocionais, racionais e sociais (AJZENTAL, 2010).

Com o avanço dos estudos, diversas definições e modelos que auxiliassem a explicar a tomada de decisão por parte dos consumidores surgiram. Em 1998, Foxall propôs o modelo Behavioural Perspective Model (BPM). Segundo o autor, as decisões tomadas pelos indivíduos partem da identificação de um desejo a ser suprido e são diretamente influenciadas pelo cenário em que estão inseridos e por sua história individual, que inclui sua percepção, referências, atitudes e valores (FOXALL, 1998).

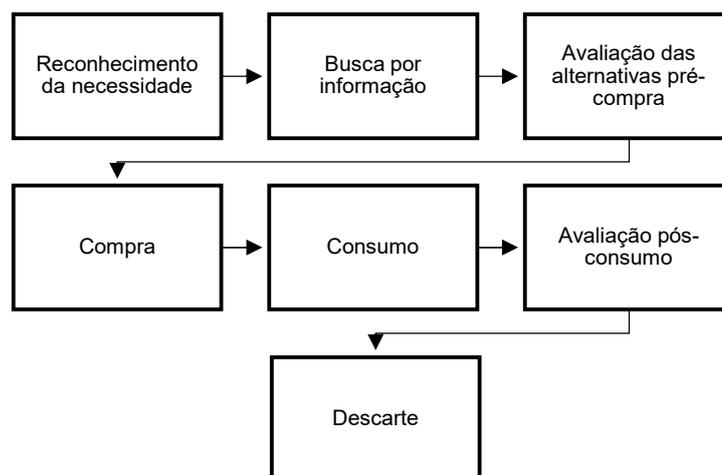
Durante o uso do produto ou serviço, os consumidores avaliam as vantagens e desvantagens experimentadas no processo. Tais experiências podem reforçar ou desencorajar a recompra. Os benefícios e prejuízos percebidos podem ser classificados como utilitários ou informativos. A primeira categoria refere-se aos ganhos ou perdas percebidas pelo consumidor em termos de utilidade do produto ou serviço adquirido. Enquanto a segunda diz respeito à maneira como o consumidor é afetado pelo uso do produto ou serviço no âmbito simbólico e social.

Analogamente, Kotler e Keller (2006) reforçam a influência dos fatores pessoais, psicológicos, sociais e culturais no comportamento de compra e propõem um modelo de 5 estágios para a tomada de decisão do consumidor. Segundo os autores, os indivíduos iniciam o processo decisório através do reconhecimento de um problema ou necessidade, que surge a partir de um estímulo interno ou externo. Em seguida, buscam por informações que possam auxiliá-lo a obter opções para suprir tal necessidade. Após a busca, é feita uma avaliação das alternativas disponíveis com base em critérios pré-definidos pelo consumidor e, por fim, a decisão de compra é feita (KOTLER; KELLER, 2006).

Em seu modelo, Kotler e Keller incluem também a etapa da pós-compra. Após o uso do produto ou serviço, o consumidor passa por uma fase de avaliação de satisfação na qual decide se a sua necessidade foi devidamente atendida ou não. Essa avaliação pode levar à recompra e outras ações como divulgação positiva, negativa ou até mesmo reclamações, em determinados casos (KOTLER; KELLER, 2006).

Blackwell, Miniard e Engel (2006) também destacam a etapa de avaliação pós-consumo como uma das fases do processo decisório do consumidor. De acordo com suas pesquisas, os indivíduos passam por algumas atividades mentais desde antes da compra até a decisão de descarte, como mostra a figura 1:

Figura 1 - Processo decisório do consumidor



Fonte: Adaptado de Blackwell, Miniard e Engel (2006)

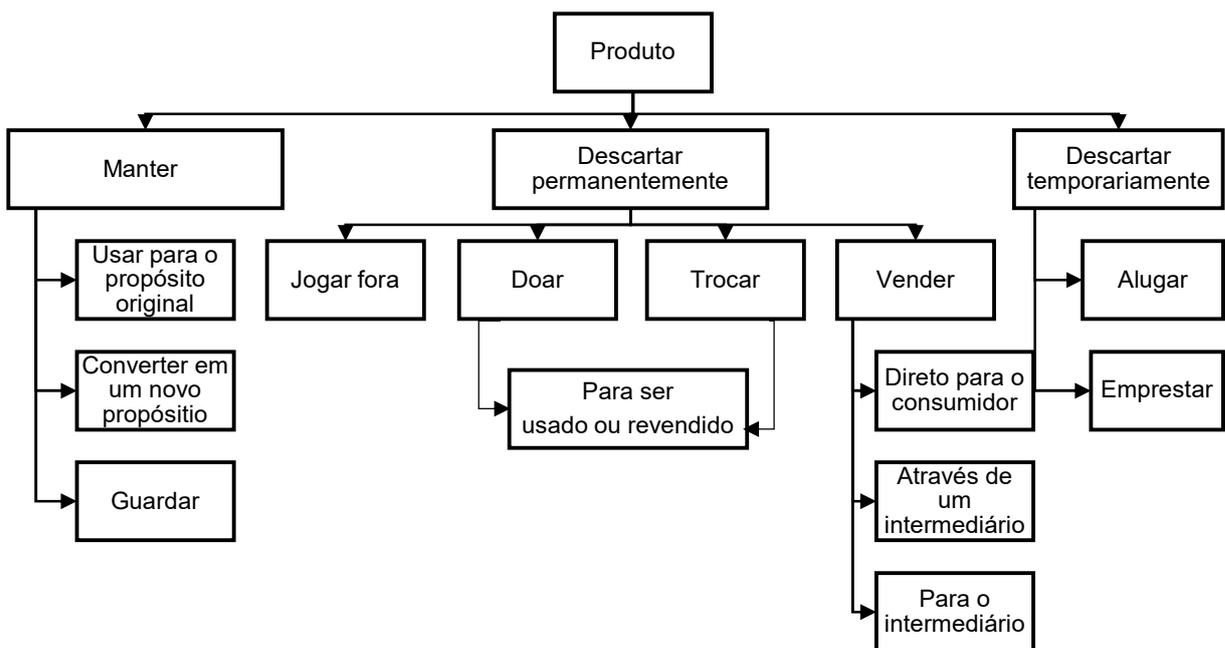
O processo de decisão, segundo o modelo, se inicia a partir do reconhecimento da necessidade de aquisição de algo. Em seguida, o usuário procura por informações que possam ser úteis no processo de compra, avalia as alternativas que possui e realiza a compra. Por fim, o indivíduo analisa como foi sua experiência de consumo e passa a considerar o descarte (BLACKWELL; MINIARD; ENGEL, 2006).

A etapa do descarte chama a atenção no processo decisório não só pelo possível impacto na avaliação de compras futuras, mas também devido aos aspectos ambientais envolvidos após o uso. Sendo assim, se torna essencial buscar a compreensão de como agem os consumidores na ocasião do descarte de seus bens.

2.2 Comportamento de descarte do consumidor

O estudo do comportamento de descarte do consumidor, apesar de ter grande importância, levou um certo tempo para ter destaque como assunto de interesse dos pesquisadores. Os primeiros estudos na área surgiram na década de 1970. Jacoby, Berning e Dietvorts (1977), se deparando com a lacuna teórica sobre o processo pelo qual os consumidores dispõem de seus bens, propuseram um modelo experimental da taxonomia da decisão de descarte, detalhado na figura 2.

Figura 2 - Taxonomia da decisão de descarte



Fonte: Adaptado de Jacoby, Berning e Dietvorts (1977).

Segundo os autores, quando o indivíduo se encontra diante da necessidade de se desfazer de algum bem já utilizado, este pode optar entre mantê-lo, descartá-lo temporariamente e descartá-lo definitivamente. Se decidir mantê-lo, o item pode ser guardado, usado para a sua finalidade original ou usado para alguma outra finalidade. Na hipótese da escolha do descarte temporário, há a possibilidade de alugar ou emprestar. Caso a preferência seja pelo descarte definitivo, o bem pode ser jogado no lixo, doado, trocado ou vendido (JACOBY; BERNING; DIETVORTS, 1977).

As razões que levam à decisão de um tipo de descarte são resumidas por Jacoby, Berning e Dietvorts (1977) como advindas de fatores psicológicos, fatores intrínsecos ao produto e fatores extrínsecos. A primeira categoria diz respeito à atitude, personalidade, criatividade, pressão social, nível de tolerância ao risco, entre outros. Os fatores intrínsecos estão diretamente ligados ao produto, considerando características como cor, valor, condição física, durabilidade, tamanho, custo de reposição e mais. Já os aspectos extrínsecos são situacionais, não relacionados com os produtos propriamente, tais como as mudanças na moda, na economia, nas leis e assim por diante. Tais categorias se sobrepõem e interagem entre si, não necessariamente sendo excludentes.

Em estudos mais recentes, as circunstâncias sob as quais o descarte ocorre, bem como os motivos, influências e possíveis desdobramentos vem sendo exploradas. Cério e Debenedetti (2021) apontam o viés estratégico das decisões dos consumidores ao escolherem maneiras de dispor de seus bens. Os consumidores podem optar por estratégias orientadas para o mercado, para a conveniência ou para a comunidade, a depender dos recursos e habilidades que possuem.

Na estratégia voltada para mercado, os indivíduos dão preferência a redistribuir seus bens de maneiras rentáveis, como vendas e aluguel. Na estratégia direcionada à conveniência, o senso de oportunidade prevalece, podendo ser utilizadas tanto vendas como trocas e doações como meio escolhido para descarte. Já na estratégia focada na comunidade, o objetivo principal passa a ser não só se desfazer dos objetos, mas também socializar e construir uma proximidade relacional com os destinatários, independentemente do método de descarte selecionado (CÉRIO; DEBENEDETTI, 2021)

Em outra pesquisa, Demsar e Brace-Gova (2017) trazem a perspectiva da relação consumidor-produto em várias fases da vida como determinante no momento da disposição dos itens. O nível de apego aos bens e sua ligação com a identidade do indivíduo varia na vida adulta, na adolescência e na infância, afetando a forma como este seria descartado.

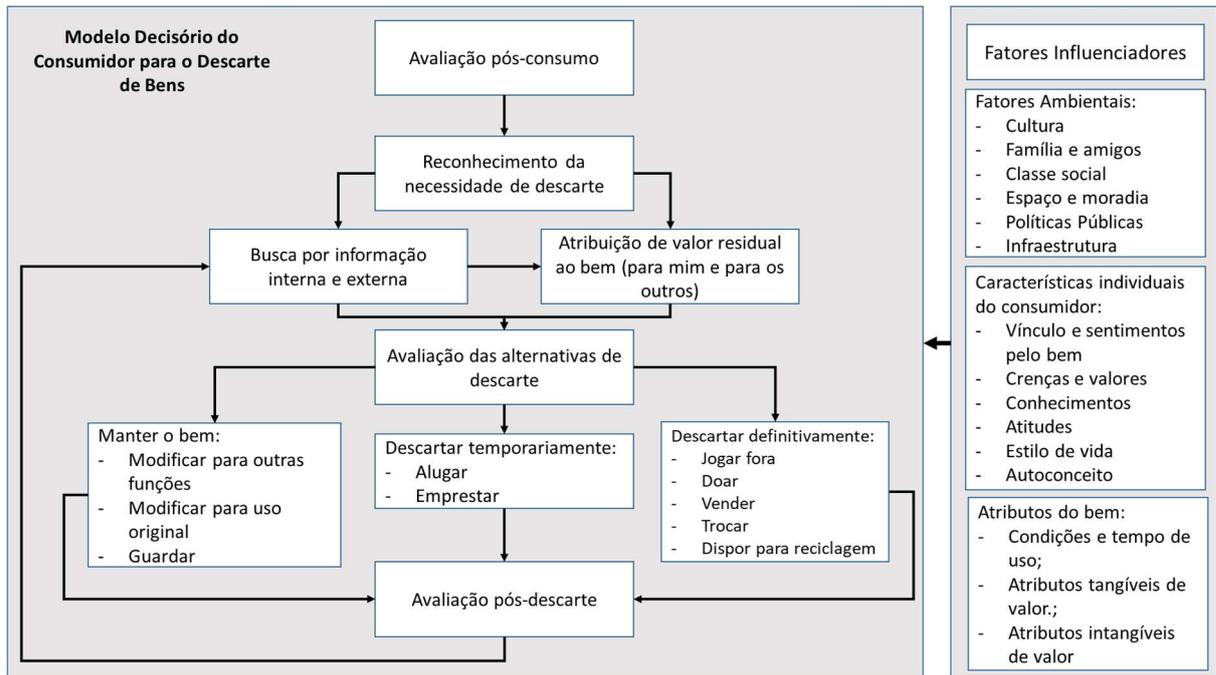
De acordo com Demsar e Brace-Gova (2017), o mesmo item pode passar de indispensável à totalmente dispensável. Na infância, por exemplo, os autores apontam que a propensão a doar um item de grande apego é menor do que na fase adulta. Entretanto, itens que despertem grande nostalgia ou que sejam considerados parte da identidade do consumidor também possuem baixa propensão a serem descartados, mesmo na vida adulta.

A maior parte dos estudos até o momento menciona a decisão de se desfazer de bens não utilizados através de vendas, trocas e doações. Entretanto, ainda há uma parcela da população que opta por simplesmente jogar no lixo os itens nos quais não percebem mais serventia (TÜRE, 2014).

Norum (2017) revela em seu trabalho a propensão dos consumidores a descartarem seus bens de vestuário em lixo comum e explora os motivos que os levam a isso. De acordo com a autora, os indivíduos categorizam cada item de acordo com uma série de critérios, seguindo uma ordem de importância. Por vezes, essa ordem pode não ser seguida, e os critérios podem ser compensatórios ou não. De toda forma, itens que sejam classificados no nível mais baixo na mente dos consumidores, são jogados no lixo (NORUM, 2017).

Buscando aprofundar os conhecimentos a respeito do processo decisório de descarte e dos fatores que o influenciam, Vieira et al. (2021) propõem um modelo consolidado a partir de suas pesquisas. Baseando-se na taxonomia de Jacoby, Berning e Dietvorts (1977) e no modelo proposto por Engel, Blackwell e Miniard (2011), os autores sugerem as seguintes etapas pelas quais os consumidores passam no momento de se desfazer de seus bens, conforme a figura 3:

Figura 3 - Processo decisório do consumidor para o descarte de bens



Fonte: Vieira et al. (2021).

A escolha do método de descarte começa a partir do momento em que se encerra o consumo do bem. Nessa ocasião, é feita a avaliação pós-consumo. É a etapa na qual o consumidor analisa se suas expectativas foram supridas. Caso o indivíduo identifique que não necessita mais utilizar esse bem, ele reconhece a necessidade de descartá-lo e passa a buscar informações de como realizar o descarte. Concomitantemente, avalia o quão valioso esse bem ainda pode ser para ele ou para outras pessoas (VIEIRA et al., 2021).

Após ponderar esses fatores, o usuário opta por uma das modalidades de descarte disponíveis, realiza o descarte e então, analisa se a experiência ocorreu conforme o esperado. Nesse estudo específico, foi possível observar a aplicabilidade do modelo em relações de doação e trocas, feitas em um espaço disponibilizado para esse tipo de interação (VIEIRA et al., 2021).

Em alguns casos, objetos descartados por outras formas de disposição poderiam ser reaproveitados de alguma forma. A reutilização poderia ser uma opção para evitar o desperdício e diminuir os impactos ambientais do consumo, o que motiva o foco deste trabalho nesta modalidade específica.

2.3 Reutilização como forma de descarte

Diante dos impactos ambientais causados pelo aumento do consumo, cresce a preocupação em se estabelecer meios mais sustentáveis de produzir, utilizar e descartar bens. Entre as opções de descarte que podem ser benéficas para preservar o meio ambiente se encontra a reutilização. Trata-se de uma forma de atribuir novo uso ou usar novamente um objeto (REUTILIZAR, 2022). Na economia circular, esse conceito se insere entre uma das estratégias “R” – reduzir, reutilizar e reciclar”, consideradas fundamentais para a transformação das relações entre consumo, produção e descarte (YOSHIDA; SHIMAMURA; AIZAWA, 2007).

Na literatura é possível encontrar outras versões das estratégias “R”, com 4, 6 ou até 10 definições diferentes, sendo elas: recusar, reduzir, reutilizar, reparar, recondicionar, remanufaturar, reaproveitar, reciclar, recuperar e reminerar. Devido a grande quantidade de estratégias existentes, é comum que haja certa divergência sobre qual seria a forma correta de entender a reutilização. Muitas vezes, esta é considerada como sinônimo de revenda, reforma, remanufatura (REIKE; VERMEULEN; WITJES, 2018), ou como uma prática complementar à reciclagem (DE WAGENAAR; GALAMA; SIJTSEMA, 2022). Para delimitação teórica, será considerado neste trabalho o conceito de reutilização, como uma maneira de redirecionar o uso de algum objeto, através da criação de valor, podendo ou não incluir a conversão física do mesmo (CRUZ-CÁRDENAS; GUADALUPE-LANAS; VELÍN-FÁREZ, 2019). Ademais, o “reúso” será considerado sinônimo de reutilização.

O reúso é um processo que pode ser muito vantajoso. Em alguns casos, é possível através dele ampliar o ciclo de vida dos produtos e evitar que materiais com capacidade para serem aproveitados sejam descartados em aterros sanitários ou lixões, como por exemplo roupas (CRUZ-CÁRDENAS; GUADALUPE-LANAS; VELÍN-FÁREZ, 2019).

O mercado de vestuário cresce de maneira expressiva a cada ano e, como consequência, seu impacto ambiental aumenta. A indústria da moda lança tendências que mudam com rapidez, impulsionando a compra e consumo constante de peças de vestuário. As roupas são muito suscetíveis a serem descartadas e substituídas rapidamente, uma vez que podem ser vistas como uma expressão de beleza, individualidade, arte (HU et al., 2014), bem como podem ser consideradas inadequadas pelas suas condições físicas, ajuste ou estilo (NORUM, 2017). É comum

que as peças acabem por serem descartadas antes do tempo total pela qual elas poderiam ser utilizadas, encurtando sua vida útil e desperdiçando seu potencial de uso (ZAMANI; SANDIN; PETERS, 2017). Devido às consequências ambientais observadas, a volatilidade na percepção de valor nestes itens se torna motivo de preocupação para a sociedade em geral.

Estudos apontam que bens de vestuário podem afetar negativamente o meio ambiente desde sua produção, até distribuição e descarte. Aspectos como a emissão de carbono, o imenso volume de água e energia e a poluição gerada por produtos químicos utilizados no processo representam as principais ameaças verificadas em todas as etapas do ciclo de vida dos itens de vestuário (ROOS et al., 2015). Caso a vida útil das peças fosse prolongada durante o uso, seria possível, por exemplo, reduzir cerca de 65% do uso de água (ROOS et al., 2015).

Nesse cenário, a reutilização se mostra muito importante, pois essa modalidade proporciona o uso das peças por mais tempo através da atribuição de uma nova utilidade. Os consumidores, como usuários finais, ocupam um papel fundamental no que tange o aumento do ciclo de vida das roupas.

Alguns estudos se dedicaram a relatar alguns aspectos do descarte de roupas através da reutilização. Wagenaar, Galama e Sijtsema (2022), por exemplo, se ocuparam de identificar as categorias de roupas em uso e de segunda mão no guarda-roupa dos consumidores, com o objetivo de analisar o que pode ser feito para fomentar a reutilização. O estudo permitiu a identificação das categorias mais estratégicas de bens de vestuário para direcionar as ações de incentivo à reutilização e levantou alguns fatores de que influenciam os consumidores na forma com usam as peças, como o preço, a condição física e o apego (DE WAGENAAR; GALAMA; SIJTSEMA, 2022).

Cruz-Cárdenas, Guadalupe-Lanas e Velín-Fárez (2019), por sua vez, procuraram se aprofundar nos fatores que levam ao uso da reutilização como alternativa de descarte. Os resultados obtidos mostraram que aspectos como renda, ocupação, altruísmo e o ambiente físico no qual os consumidores estão inseridos impactam diretamente na escolha.

O estudo também mostrou há uma associação de alguns grupos populacionais (por exemplo, grupos com menor renda, jovens, estudantes e mulheres) e a tendência a reutilizar. Por outro lado, não há menção às estratégias específicas que cada um

adota ao optar por essa modalidade de descarte (CRUZ-CÁRDENAS; GUADALUPE-LANAS; VELÍN-FÁREZ, 2019). Sendo assim, este trabalho busca oferecer uma visão prática de como o consumidor reutiliza suas peças de vestuário.

2.3.1 A criação de valor durante a reutilização

Outro aspecto observado por Cruz-Cárdenas, Guadalupe-Lanas e Velín-Fárez (2019) é a ideia da reutilização como uma forma de criação autônoma de valor. Segundo os autores, a interação entre o objeto e o consumidor envolve a percepção individual de atributos que tornam esse objeto valioso. Na reutilização, esses objetos podem ganhar novos atributos.

Holbrook et al. (1999) afirmam que o valor, no âmbito do consumo, está ligado a avaliação que o consumidor faz de seus bens. Essa avaliação é interativa, pois ocorre através da interação entre indivíduo e objeto. É também relativa, pois depende do contexto, fatores pessoais e da comparação entre os objetos. Além disso, envolve as preferências, julgamentos e interesses pessoais. Por fim, os autores sugerem que é algo que surge a partir da experiência de consumo, e não do produto em si (HOLBROOK et al., 1999).

A ideia de valor ocupa uma posição central para o entendimento do comportamento do consumidor, não só no momento da compra, mas também na ocasião do descarte. Türe (2014), em seus estudos, buscou se aprofundar na relação entre o consumidor e os valores atribuídos aos objetos durante o descarte. Os resultados demonstraram que ao se desfazer de seus bens, os usuários podem aumentar o valor relacional, criando ligações com a comunidade em volta; podem aumentar o valor moral, ao sentir que estão tomando a decisão certa para si mesmos e para os outros; podem reforçar seus valores espirituais, ao colocarem suas crenças em prática durante o descarte; e podem até mesmo aumentar a percepção de valor monetário que as peças possuem, ao considerar a venda os bens (TÜRE, 2014).

O autor ainda destaca o caráter transferível do valor. Segundo ele, o valor de um mesmo bem pode variar consideravelmente, dependendo do contexto de consumo. Da mesma forma, um mesmo objeto pode transitar por diferentes canais de descarte, dependendo do tipo de bem, da transferibilidade percebida de seu valor e

de características como crenças, práticas de consumo e círculo social dos consumidores (TÜRE, 2014).

Conforme o modelo proposto por Vieira et al. (2021), a atribuição de valor é justamente uma das etapas antes do descarte. Para descartar, os indivíduos consideram não só o valor que o objeto tenha para si mesmo, mas para outros. Na reutilização, o principal desafio é fazer com que os consumidores observem não só o valor atual de um bem, mas também seu valor potencial.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Segundo Gil (2022), uma das etapas importantes da realização de pesquisas é a sua classificação. Através dela, é possível conferir ao estudo mais organização dos fatos, direcionamento, eficiência na utilização de recursos e, por consequência, resultados mais alinhados. Nesse sentido, a seguir serão detalhadas as características que permeiam a execução desta pesquisa.

3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa

A pesquisa realizada se apoia em uma perspectiva qualitativa. Esta abordagem é utilizada nas ocasiões em que se tenha como objetivo compreender como determinada situação acontece e por que motivo, ao invés de somente saber a frequência em que algum fenômeno ocorre (COOPER; SCHINDLER, 2016).

Trata-se de um tipo de investigação baseada na descoberta, construção e interpretação, que considera a vivência dos participantes, do pesquisador e a experiência gerada a partir da interação de ambos durante o processo de estudo (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013). É um ponto de vista que se enquadra em casos nos quais estatísticas e medidas não conseguem apreender as singularidades de um tema específico e abranger sua complexidade (CRESWELL, 2014).

Além disso, a abordagem qualitativa dá liberdade para que os indivíduos se expressem livremente, o que confere uma riqueza maior de detalhes sobre a vida real, sobre o funcionamento das coisas e sobre os sentimentos, crenças, experiências e conexões relacionadas a algum fenômeno (GIL, 2021). Considerando essas características, um estudo qualitativo se mostrou a melhor opção para este trabalho, tendo em vista que os objetivos a serem alcançados se relacionam justamente com a busca de um entendimento sobre o comportamento de descarte que superem aspectos meramente numéricos.

Este estudo é considerado exploratório, uma vez que busca agregar mais informações sobre o comportamento de descarte do consumidor em relação à reutilização, um tema com muitas lacunas a serem observadas e examinadas. De acordo com Sordi (2017), esse tipo de pesquisa se aplica bem quando a intenção é

se aprofundar em determinado tema pouco explorado ou ainda, quando se busca trazer um novo olhar para algum assunto já existente.

3.2 Procedimentos de coleta de dados

A técnica de coleta de dados escolhida para o trabalho foi a entrevista. Segundo Gil (2021), esta técnica é uma das mais importantes, principalmente em pesquisas qualitativas. Trata-se de uma “técnica adequada para verificar como são as pessoas, o que fazem, o que fizeram, o que pretendem fazer, o que sabem, o que valorizam, o que almejam, o que temem, no que creem e muito mais” (GIL, 2021, pág. 95).

Ainda que esta técnica possua algumas limitações, como por exemplo a possibilidade de se obter respostas inconsistentes, a dependência da memória dos participantes e as diferenças de entendimento sobre o significado dos termos a serem utilizados, a entrevista foi considerada a maneira mais compatível com este trabalho. As entrevistas possuem a vantagem de permitir que o pesquisador acesse temas de difícil observação de forma mais aprofundada e observar a vivência e a realidade interna dos indivíduos (GIL, 2021), o que se alinha bem com o propósito da pesquisa.

Os dados que compõem esta investigação foram obtidos através de entrevistas individuais semiestruturadas. Esta modalidade consiste em apresentar aos participantes questionamentos específicos, porém permitindo que pesquisadores e respondentes acrescentem outros apontamentos inicialmente não previstos. São entrevistas realizadas individualmente a fim de coletar a percepção, atitudes, comportamentos e observações de cada pessoa (COOPER; SCHINDLER, 2016).

A entrevista semiestruturada parte de um roteiro previamente definido, porém sem opções de respostas. Os entrevistados podem responder conforme seu entendimento e experiência, enquanto os entrevistadores possuem liberdade para reformular as perguntas no momento da realização, a fim de trazer maiores detalhes para o trabalho e direcionar eventuais fugas do tema que não apresentem nenhuma correlação direta com o assunto (GIL, 2021).

As entrevistas foram realizadas utilizando inicialmente o roteiro apresentado no quadro 1. Entretanto, outras perguntas foram realizadas para facilitar o entendimento do entrevistado a ideia original de algumas questões ou para explorar novas ideias

não previstas. As questões foram elaboradas com base nos autores referenciados neste trabalho.

Quadro 1 - Roteiro de entrevista

Pergunta	Referência	Categoria
1. Qual a sua idade?	Elaborado pela autora	Caracterização do perfil
2. Com qual gênero você se identifica?	Elaborado pela autora	
3. Você se considera pertencente de qual classe socioeconômica, A B C D ou E?	Elaborado pela autora	
4. Qual a sua ocupação?	Elaborado pela Autora	
5. Que curso você faz e em qual semestre você está?	Elaborado pela Autora	
6. Na sua percepção, quais opções uma pessoa possui para se desfazer de bens que não queiram mais?	Jacoby, Berning e Dietvorst (1977)	Identificação do comportamento de descarte de bens de vestuário
7. Como você costuma descartar bens de vestuário?	Jacoby, Berning e Dietvorst (1977)	
8. O que mais influencia o método de descarte escolhido para bens de vestuário?	Cruz-Cárdenas; Guadalupe-Lanas; Velín-Fárez, 2019	
9. Alguém mais participa desse processo de descarte dos seus bens de vestuário?	Elaborado pela Autora	
10. O que você entende por reutilização como alternativa de descarte?	Reike, Vermeulena E Witjes (2018)	Reutilização como forma de descarte
11. Considerando a reutilização como “redirecionar o uso de algum objeto, através da criação de valor, podendo ou não incluir a conversão física do mesmo”, você já reutilizou algum bem de vestuário?	Cruz-Cárdenas; Guadalupe-Lanas; Velín-Fárez, 2019	
12. Você se recorda de algum bem de vestuário que tenha reutilizado? Descreva o processo detalhadamente.	Elaborado pela Autora	
13. Porque você decidiu reutilizar tal peça?	Elaborado pela Autora	
14. Onde você buscou informações sobre como reutilizar esse bem?	Noh, 2021	
15. Que recursos você empregou para reutilizar esse bem?	Cério e Debenedetti, 2021	
16. Como você se sentiu ao reutilizar esse item?	Vieira e Fonseca (2021)	
17. Você ainda mantém esse bem? Se não, por quanto tempo você o manteve e porque se desfez dele?	Jacoby, Berning e Dietvorst (1977)	

Fonte: elaborado pela autora.

O roteiro foi dividido em 3 categorias apriorísticas de questões. As perguntas iniciais (1 a 5) buscavam realizar a caracterização do perfil dos participantes. Em seguida, foram feitas questões (6 a 9) voltadas para a identificação do comportamento de descarte de bens de vestuário, a fim de compreender como cada um dos indivíduos lida com esse aspecto em seu dia a dia. As perguntas finais (10 a 17) estavam voltadas para a reutilização como forma de descarte. Através delas, cada entrevistado foi convidado a relatar sua experiência a respeito.

A fim de identificar possíveis erros de sequenciamento, conteúdo, redação e compreensão do questionário, foram realizadas duas entrevistas-piloto como instrumento de pré-teste (COOPER; SCHINDLER, 2016). Tais entrevistas foram feitas com um participante do gênero feminino e outro do gênero masculino. Ambas as entrevistas foram presenciais e ocorreram na residência dos participantes. Os participantes demonstraram total compreensão das questões. Sendo assim, não foi verificada a necessidade de alteração nas perguntas elaboradas.

Após a validação das perguntas, as demais entrevistas foram agendadas previamente e realizadas conforme preferência dos entrevistados. Considerando a ocorrência da pandemia de Covid-19, que continuava em curso na ocasião do trabalho, foi dada aos entrevistados a opção de participar da pesquisa de forma remota. As visitas presenciais se deram na residência dos participantes, enquanto as entrevistas à distância foram realizadas através da plataforma de reuniões virtuais “Zoom”. Devido a disponibilidade dos participantes, os horários das entrevistas não seguiram uma padronização.

Outro instrumento de pesquisa utilizado foi a fotografia. Após detalhar suas experiências de reutilização de bens de vestuário, foram solicitadas fotografias dos bens em questão, caso os entrevistados ainda mantivessem os bens ou algum registro do descarte. A fotografia é uma forma de se obter informações que, a princípio, poderiam não ser captadas corretamente devido a sua complexidade. Além disso, são vantajosas por seu caráter atemporal, “permanecem disponíveis a outras pessoas, podendo ser reanalisadas” (FLICK, 2008, pg. 220). Para este trabalho, o objetivo da apresentação das imagens foi a melhor visualização das formas como os indivíduos fazem a reutilização dos seus bens de vestuário e uma compreensão mais aprofundada das técnicas utilizadas.

3.3 Participantes da pesquisa

A escolha dos indivíduos e do local adequado para a participação na pesquisa é uma das etapas mais significativas da coleta de dados. Gil (2021) ressalta a importância de definir com cuidado o público e o local para o qual a coleta vai ser direcionada na pesquisa qualitativa, uma vez que nessa abordagem o contexto e as diferentes percepções acerca do problema influenciam diretamente nos resultados.

De acordo com Cruz-Cárdenas, Guadalupe-Lanas e Velín-Fárez (2019), estudantes universitários fazem parte de um dos grupos populacionais com maior tendência a reutilizar bens de vestuário. Sendo assim, estes foram escolhidos como público alvo desta pesquisa. Todos os participantes eram universitários, com idade entre 20 e 33 anos, conforme exposto no quadro 2:

Quadro 2 - Perfil dos entrevistados

Entrevistados	Idade	Gênero	Classe socioeconômica	Ocupação	Curso superior, semestre
Entrevistado 1	21	Masculino	C	Trabalha e estuda	Letras - Inglês, 1º
Entrevistado 2	22	Feminino	D	Trabalha e estuda	Contabilidade, 4º
Entrevistado 3	21	Feminino	C	Trabalha e estuda	Ciências contábeis, 3º
Entrevistado 4	25	Masculino	C/D	Trabalha e estuda	Administração, 7º
Entrevistado 5	21	Feminino	B	Trabalha e estuda	Administração, 6º
Entrevistado 6	33	Feminino	C	Trabalha e estuda	Contabilidade, 6º
Entrevistado 7	30	Masculino	D	Trabalha e estuda	Logística, 1º
Entrevistado 8	25	Masculino	C	Trabalha e estuda	Pedagogia, 1º
Entrevistado 9	24	Masculino	E	Trabalha e estuda	Administração, 6º
Entrevistado 10	27	Feminino	D	Trabalha e estuda	Administração, 6º

Entrevistado 11	20	Feminino	D	Trabalha e estuda	Administração, 7º
Entrevistado 12	25	Masculino	D	Trabalha e estuda	Administração, 8º
Entrevistado 13	22	Masculino	C	Trabalha e estuda	Ciências contábeis, 3º
Entrevistado 14	26	Feminino	D	Trabalha e estuda	Administração, 7º
Entrevistado 15	26	Masculino	D	Trabalha e estuda	Gestão Financeira, 4º

Quadro 3 - Perfil dos entrevistados

Fonte: elaborado pela autora.

A seleção dos entrevistados se deu, a princípio, por conveniência. Este método costuma ser utilizado em estágios iniciais de pesquisas exploratórias, e permite que o pesquisador fique livre para escolher os participantes que julgar pertinentes ao estudo (COOPER; SCHINDLER, 2016). Dessa forma, devido à proximidade e maior facilidade de acesso, foram escolhidos entrevistados que residissem no Distrito Federal e entorno.

Com o avanço das entrevistas, foi adotado o critério de bola de neve, que consiste no uso das redes de referências dos respondentes para compor o trabalho (COOPER; SCHINDLER, 2016). Ao final de cada entrevista, foi solicitado aos que indicassem outras pessoas com o perfil semelhante ao definido para a realização da pesquisa que poderiam contribuir com o estudo.

No total, 15 pessoas foram entrevistadas. Este quantitativo foi atingido com base na saturação teórica. Através desse critério, os indivíduos seguem sendo entrevistados até que as respostas encontradas sejam semelhantes e nenhuma informação nova seja acrescentada (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013). De acordo com Guest, Bunce e Johnson (2006), para pesquisas cujo o objetivo seja coletar a percepção e experiência de um grupo homogêneo, a saturação costuma ser atingida com cerca de doze respostas.

Devido a disponibilidade dos participantes, não houve padronização no dia ou horário da realização das entrevistas. Cada uma delas teve duração entre 5 e 10 minutos e foram gravadas através da própria plataforma “Zoom”, no caso das

entrevistas online, ou através de aplicativo de celular próprio para gravações de áudio, no caso das entrevistas presenciais.

3.4 Procedimentos de análise de dados

Após o término da coleta, foi iniciada a etapa de análise. Essa etapa diz respeito à organização e preparação dos dados obtidos para que estes sejam distribuídos em temas, possibilitando sua representação por meio de tabelas, quadros, figuras e gerando discussões sobre o assunto (CRESWELL, 2014).

Neste trabalho, a análise foi feita com base na análise de conteúdo. Bardin (1977) separa a análise de conteúdo em três fases: pré-análise, exploração do material e tratamento e interpretação. A fase de pré-análise é aquela em que os dados brutos são reunidos e inicialmente organizados. A exploração do material envolve a codificação e categorização das informações, enquanto a etapa de tratamento dos resultados abrange a interpretação e inferências obtidas através dos dados.

Aplicando estes conceitos, foi feita a transcrição de cada entrevista e separação das fotografias fornecidas. Em seguida, foram levantadas as ideias iniciais e considerações gerais sobre o conteúdo obtido. A partir da transcrição, foi gerada uma planilha contendo os principais trechos das respostas dos participantes. Após a extração dos pontos de destaque, seguida por sua leitura aprofundada, deu-se início a categorização das informações.

Para classificar os elementos, as questões do roteiro foram submetidas a avaliação e agrupadas em categorias, tendo como base as respostas que emergiram nas entrevistas. Ao todo, foram identificados, *a posteriori*, oito temas centrais de análise, conforme demonstra o quadro 3:

Quadro 4 - Quadro de definições - Categorias de análise

Categorias de análise	Definição
Experiências de descarte	A partir do modelo proposto por Vieira et. Al (2021), demonstra o processo decisório do consumidor no momento do descarte.
Fatores que influenciam o descarte	Detalha os fatores de impacto que emergiram nas entrevistas como importantes para a decisão de descarte.
Participantes do processo decisório de descarte	Define os indivíduos que compartilham com os consumidores a decisão de descarte e influenciam a escolha da alternativa adotada.

Percepção do conceito de reutilização	Analisa como os consumidores percebem o que é a reutilização.
Estratégias de reutilização de bens de vestuário	Explora as maneiras como os usuários praticam a reutilização com seus bens de vestuário.
Recursos utilizados	Elenca os recursos mais utilizados pelos consumidores para realizar a reutilização.
Motivos para reutilização	Esclarece as razões que levam os consumidores a optarem pela reutilização.
Sentimentos relacionados à reutilização	Abrange as sensações e emoções experimentadas pelos indivíduos ao reutilizar.

Quadro 5 - Quadro de definições - Categorias de análise

Fonte: elaborado pela autora.

As categorias foram detalhadas em subcategorias específicas, organizadas através de árvores de categorias, detalhadas no apêndice A. As árvores de categorias são representações hierárquicas que auxiliam a destrinchar um conceito principal em categorias e subcategorias, permitindo uma compreensão mais aprofundada do assunto e facilitando a visualização das correlações entre o tema principal e os conceitos contidos nele. Esse método se mostrou adequado para a pesquisa, uma vez que os temas puderam ser agrupados e organizados de forma simples, direta e de fácil compreensão.

Por fim, foi realizada a análise das fotografias fornecidas pelos participantes. As fotografias auxiliaram na interpretação das respostas. Elas materializaram as alterações que os respondentes relataram fazer ao optarem pelo descarte do tipo reutilização. Algumas delas passaram por edição para remover detalhes que permitissem a identificação dos entrevistados, porém sem alterar as propriedades importantes para a análise. Após esse processo, foi possível separar tipos diferentes estratégias de reutilização (mudança de finalidade sem alteração física, personalização, reparo e transformação), detalhadas ao longo do trabalho.

4 RESULTADO E DISCUSSÃO

As entrevistas, realizadas e transcritas ao longo do mês de julho de 2022, trouxeram informações significativas para o estudo em questão. Com auxílio da literatura encontrada sobre o tema, os dados coletados foram organizados em duas seções: processo decisório de descarte e reutilização de bens de vestuário.

A seção 4.1 discorre sobre o comportamento de descarte do consumidor, especialmente no que tange o descarte de bens de vestuário. Através dos modelos presentes no referencial teórico, são traçados paralelos entre o que se conhece sobre o comportamento de descarte e o que as entrevistas apresentaram.

Na seção 4.2, a discussão gira em torno da relação dos consumidores com a reutilização. Ao longo dessa etapa, são exploradas desde a percepção sobre o conceito até as estratégias adotadas por eles ao optarem por essa alternativa. Nesse ponto, busca-se apresentar uma compreensão mais aprofundada sobre a maneira como os consumidores encaram essa alternativa de descarte e como se sentem ao reutilizar seus bens de vestuário. Ao final, é feita uma comparação do processo decisório de descarte na reutilização contendo as especificidades observadas exclusivamente nessa alternativa.

Ao longo das seções, as categorias elaboradas *a posteriori*, descritas na seção 3.4 (quadro 3), são detalhadas e destrinchadas em subcategorias. Algumas das categorias dessas subcategorias estão baseadas literatura, enquanto outras emergiram das respostas dos entrevistados e não foram diretamente identificadas nos trabalhos consultados. Neste último caso, tais categorias estão sinalizadas com asterisco. Quando a categoria mãe for identificada com o asterisco, significa que todas os conceitos subsequentes estão respaldados pelas repostas das entrevistas.

4.1 Processo decisório de descarte

Os questionamentos feitos inicialmente visavam explorar a percepção dos entrevistados sobre alternativas de descarte de modo geral. A princípio, os participantes foram levados a refletir sobre opções de descarte de forma ampla, pensando em qualquer tipo de bem e, em seguida, em seus bens de vestuário. O propósito era averiguar quais as alternativas eram conhecidas pelos indivíduos.

Intuitivamente, a maioria dos entrevistados respondeu que opta por descartar seus bens por meio de doações. Em seguida, as alternativas mais comuns são a revenda, descarte em lixo comum, reutilização e troca. Quando se trata especificamente de bens de vestuário, a doação permanece sendo a forma mais usada. Entretanto, nesse caso a reutilização aparece como a segunda alternativa mais frequente, seguida pela revenda, troca e descarte em lixo comum.

Laitala (2014) aponta essa tendência através de sua síntese das pesquisas sobre como os consumidores optam por descartar seus bens de vestuário. Segundo a autora, a maioria prefere entregar seus bens de vestuário para instituições ou doar para familiares ao invés de jogá-los no lixo. O processo de decisão e escolha da alternativa de descarte mais adequada passa por uma série de etapas, influenciadas por diversos fatores, mais explorados a seguir.

4.1.1 Experiências de descarte

Ao descreverem suas experiências de descarte durante as entrevistas, foi possível perceber que os consumidores seguem critérios próprios e meios exclusivos para tomar a decisão de descartar. A análise desses fatores foi feita com base no modelo proposto por Vieira et al. (2021), que detalha as principais etapas do processo decisório, definidas abaixo no quadro 4:

Quadro 6 – Quadro de definições: experiências de descarte

Categoria mãe	Definição da categoria mãe	Definição das subcategorias	Definição das Subcategorias
Experiências de descarte de bens de vestuário	Avaliação pós-consumo: análise de aspectos positivos e negativos após o uso do bem	-	-
	Reconhecimento da necessidade de descarte: percepção de que o usuário precisa de desfazer do bem	-	-
	Busca por informação: procura por informações que viabilizem a escolha do método de descarte	Interna: informações previamente adquiridas e aprendidas pelo usuário	-
		Externa: fontes de informação, como internet, televisão,	-

		familiares e outras pessoas	
	Atribuição de valor residual: percepção de serventia, ligação e apreço pelo bem	Para mim: possui alguma serventia para o próprio usuário	-
		Para outros: possui alguma serventia para outros	-
	Avaliação das implicações para cada alternativa de descarte:	Manter	Converter em outro uso: dar continuidade ao uso do bem com propósito diferente ao que possuía originalmente
			Guardar: armazenar o bem e descontinuar o uso
		Descartar temporariamente	Alugar: cessão temporária da posse mediante pagamento
			Emprestar: cessão temporária gratuita da posse
		Descartar permanentemente	Jogar fora: lançar em lixo comum
			Doar: transferência gratuita de posse
			Trocar: transferência de posse com um outro bem em contrapartida
	Vender: transferência de posse com contrapartida monetária		
Avaliação pós-descarte: apreciação de aspectos positivos e negativos após o descarte	-	-	

Quadro 4 – Quadro de definições: experiências de descarte

Fonte: elaborado pela autora com base em Jacoby, Berning e Dietvorst (1977) e Vieira et al. (2021).

A etapa de avaliação pós-consumo diz respeito às considerações feitas pelo consumidor assim que finaliza o uso do bem. Nessa fase, pondera-se a satisfação envolvida no uso e a possibilidade de que o bem ainda atenda às necessidades do consumidor. Caso o indivíduo julgue que não há a necessidade de prosseguir utilizando o bem, surge o reconhecimento da necessidade de descarte, conforme observado no relato da entrevistada 10: “Olha, no meu caso se o bem ainda funciona,

dá para usar ainda, eu dou para alguém que precise. Eu faço doação ou... Se motivo foi 'enjoei', ainda está relativamente novo e eu tô precisando de dinheiro, eu vendo”.

Quando notam a demanda por se desfazerem do bem, os usuários iniciam uma busca por informações que possam ajudar a realizar essa decisão. As fontes de informação são variadas, podendo incluir conhecimentos prévios que o indivíduo já possui e ideias obtidas externamente, através de meios de comunicação, pessoas próximas, redes sociais, entre outros. Cherrier e Türe (2020) destacaram a importância dos conhecimentos no momento do descarte. De acordo com os autores, as experiências acumuladas e observadas ao longo do tempo muitas vezes acabam por moldar a forma como as pessoas escolhem dispor de seus bens.

Em paralelo à busca por informações, acontece um processo subjetivo de atribuição de valor ao bem. Essa atribuição de valor está relacionada à percepção de utilidade que o indivíduo tem do item. Trata-se de uma utilidade ligada à satisfação de alguma necessidade de qualquer natureza. O julgamento feito pode levar à conclusão de que o bem pode ser útil para o próprio usuário ou para outras pessoas, como relata a entrevistada 11: “Acho que a qualidade do jeans tava boa, só que a barra já tava um pouco desgastada, e pela falta do short. A gente precisa de um short e não de uma calça, aí a gente cortou”. O entrevistado 12, por sua vez, relata:

Eu diria que mais gente vai poder usufruir por mais tempo e também até eu vou ficar descartando coisas que as pessoas descartam do jeito errado, não sei. Eu penso nisso também, mas o principal mesmo é que vai ter mais gente vai conseguir usufruir de algo que eu não vou usufruir mais. Então acho que é importante para essas pessoas. Mais do que para mim, para elas (entrevistado 12).

De posse das informações necessárias e tendo feito a avaliação das características dos bens, observando sua utilidade para si mesmo ou para outras pessoas, se inicia o processo de escolha das alternativas disponíveis para descarte. Jacoby, Berning e Dietvorst (1977) propuseram três tipos diferentes de descarte: o descarte permanente, o descarte temporário e a retenção.

Ao descartar permanentemente, é possível realizar a doação, venda, troca ou descarte em lixo comum. Ao descartar temporariamente, as opções variam entre alugar o bem ou emprestá-lo. Já a retenção do bem envolve mantê-lo através da conversão do uso ou simplesmente guardá-lo. Ao longo das entrevistas, não foram

descritas experiências de descarte temporário e nem casos onde o bem foi apenas guardado.

Feito o descarte, o indivíduo passa pela etapa final de avaliação, na qual pondera o quanto as expectativas para o descarte foram atendidas, bem como benefícios, prejuízos e sentimentos experimentados no processo. As falas das entrevistadas 3 e 14 ilustram bem essa fase: “Ah, [me senti] muito bem! Eu estava precisando de paninhos. Dá uma sensação boa achar um pano que não deixa pó nas coisas” (entrevistada 3); “Eu não gostei do resultado [do tingimento da peça]. Depois ficou manchando as coisas, não podia lavar junto com outras roupas... não gostei, não foi uma experiência legal” (entrevistada 14).

De maneira geral, ainda que nem todas as fases do modelo tenham sido apresentadas diretamente através das experiências descritas durante as entrevistas, é possível dizer que o modelo proposto por Vieira et al., (2021) se mostrou aplicável. A etapa de avaliação pós-consumo, por exemplo, não foi englobada pela fala dos participantes. Experiências de descarte temporário e de retenção do bem sem o uso, por não serem considerados o foco do trabalho, não chegaram a ser questionadas.

4.1.2 Fatores que influenciam o descarte

Os motivos que levam os indivíduos a optarem por uma modalidade de descarte em detrimento de outra podem ser variados. Jacoby, Berning e Dietvorst (1977) definiram categorias de elementos que podem influenciar a escolha do tipo de descarte a ser adotado.

Os autores definem esses fatores como fatores intrínsecos ao produto, fatores situacionais extrínsecos ao produto e características psicológicas do tomador de decisão. Analogamente, Vieira et al. (2021) sintetizam esses fatores, com base em Engel, Blackwell e Miniard (2011), a partir de três categorias: fatores ambientais, características individuais do consumidor e atributos do bem.

As respostas obtidas se mostraram semelhantes a tais categorias, como mostra o quadro 5:

Quadro 7 - Quadro de definições - Fatores que influenciam o descarte

Categoria mãe	Definição da categoria mãe	Definição das subcategorias
Fatores que influenciam o descarte	Fatores psicológicos: aspectos inerentes ao próprio usuário	Consciência social: compreensão moral da necessidade do próximo e desejo de fazer o bem
		Desassociação do bem: não se relacionar com o bem de alguma maneira*
	Fatores intrínsecos ao bem: aspectos ligados ao bem de vestuário	Condição do bem: estado físico do bem de vestuário
		Preço pago: valor monetário investido na compra do bem
		Uso: bem estar sendo utilizado ou não
		Ajuste: aspectos como caimento e tamanho do bem de vestuário
	Fatores situacionais: aspectos não relacionados diretamente ao bem, ligados à ocasionalidade	Necessidade de reposição: substituição de bem por um novo*
Mudança de função: alteração no propósito original do bem*		

Fonte: Elaborado pela autora com base em Jacoby, Berning e Dietvorst (1977) e Vieira et al. (2021).

As subcategorias descritas se limitaram exclusivamente àquelas percebidas durante as entrevistas. Entre os fatores psicológicos, destacaram-se a consciência social e a desassociação do bem. A consciência social se sobressai devido a maior tendência das pessoas a doar os bens, conforme analisado anteriormente. Já a desassociação do bem se mostra como um dos fatores de influência relevantes, especialmente quando se trata de bens de vestuário. O entrevistado 1 ressalta:

Bom, caso seja algo que eu não, como eu diria... Que eu não consiga mais me associar a este bem de vestuário, que eu não me sinto mais bem usando, eu acho que seria justo pelo menos passar para alguém que precise. Então geralmente é mais por essas questões mesmo (entrevistado 1).

A relação entre o descarte e desassociação foi investigada em alguns estudos, como por exemplo, no trabalho de Sarigöllü, Hou e Ertz (2021). Durante a pesquisa, foi constatado que bens que possuem maior associação com a autoimagem do indivíduo, assim como maior nível de apego, são mais propensos a serem mantidos. Enquanto isso, bens cujo os atributos não representem mais o que o usuário deseja, são mais facilmente jogados fora, revendidos ou repassados.

No caso de bens de vestuário, essa relação se torna ainda mais próxima, uma vez que as roupas e acessórios são diretamente relacionados a maneira como o usuário expressa sua identidade. Durante entrevistas realizadas por Norum (2017), alguns respondentes apontaram que deixariam de utilizar peças de roupas que ainda

estivessem em plena capacidade funcional, mas que não correspondessem mais ao estilo atual.

Considerando os atributos do bem em si, a condição física é um dos aspectos que aparece com a maior frequência entre os participantes. Em grande parte das entrevistas, essa característica é a primeira a ser citada entre os fatores que mais influenciam na decisão de se desfazer do bem. Norum (2017) encontrou resultados semelhantes em seu trabalho.

De acordo com a autora, a condição física do bem apresenta correlação direta com o tipo de descarte a ser escolhido, especialmente no que tange o descarte no lixo comum. Quanto menor a qualidade física percebida pelo usuário, maiores as chances do bem ser descartado definitivamente. Essa relação também emergiu na fala dos entrevistados 6 e 9: “Eu faço doação. Eu dou para alguém que esteja precisando. Jogar fora só se tiver bem ruinzinho e não for utilizável, mas não estando, eu sempre faço doação” (entrevistada 6); “Tem a opção de doar. Depende do que ela vai se desfazer né. Se for algo que é inutilizado, o melhor jogar fora. Se não for, pode doar” (entrevistado 9).

Ainda com relação aos aspectos intrínsecos ao bem, os indivíduos relataram a importância do preço pago, do uso e do ajuste. O preço se refere ao valor investido inicialmente. Itens com o custo inicial maior tendem a ser descartados com menos facilidade e a ter seu potencial de utilidade explorado ao máximo. Wagenaar, Galama e Sijtsema (2022) reafirmam essa relevância e exemplificam que bens de grife exigem maior esforço para descarte do que bens de baixo valor.

O uso, por sua vez, está relacionado ao quanto o bem ainda está inserido no cotidiano do indivíduo ou não. Quando se trata de bens de vestuário, as razões para a interrupção do uso são variadas. Segundo Norum (2017), características como estilo, cor e ajuste são considerados como fatores que levam ao descarte. O ajuste, inclusive, configura como uma das respostas que também emergiram nas entrevistas. Considera-se ajuste como o caimento da peça em termos de tamanho, largura e comprimento. Os entrevistados 4 e 10 explicam: “Eu vejo se me serve, se eu ainda utilizo, se for o caso eu jogo fora. Ou então uso como pano de chão, para limpar o carro, essas coisas. Até mesmo tênis serve para limpar” (entrevistado 4); “Eu acho que é basicamente isso [que influencia no descarte]. Tipo, não está mais servindo de alguma forma...” (entrevistada 10).

Por fim, entre os fatores que influenciam o descarte apontados pelos participantes, encontram-se a necessidade de reposição e a mudança de finalidade. Em determinados momentos, o indivíduo precisa de outro item em substituição a um anterior, ou necessita de um bem que não possui, e enxerga a possibilidade de redirecionar o uso de algum outro bem para a função desejada. Sendo assim, começam a considerar algum tipo de descarte, conforme demonstram os entrevistados 5 e 7: “vejo várias possibilidades e maneiras de que eu possa usar para não descartar de vez” (entrevistada 5); “Quando vejo que para mim já não serve mais, eu vendo por um valor menor para poder juntar e comprar outro. É mais ou menos isso” (entrevistado 7).

4.1.3 Participantes da decisão de descarte

Um dos aspectos significativos em que pese a decisão de descarte é o contexto em que o tomador da decisão se encontra. Engel, Blackwell e Miniard (2011) separam essa categoria como “influências ambientais”, que pode incluir desde cultura e classe social, até família e círculo social. Sendo assim, os participantes foram questionados a respeito de pessoas que poderiam influenciar a maneira como escolhem se desfazer dos bens, cujas respostas deram origem ao quadro 6:

Quadro 8 - Quadro de definições - Participantes do processo decisório

Categoria mãe	Definição da categoria mãe	Definição das subcategorias
Participantes no processo decisório de descarte*	Sem participação externa: decisão de descarte feita pelo próprio usuário	
	Com participação externa: decisão de descarte feita com a consulta a outros indivíduos	Familiares: indivíduos com grau de parentesco sanguíneo Outros: indivíduos com parentesco por afinidade e pertencentes a outros grupos de influência do usuário

Fonte: elaborado pela autora.

Em análise às respostas, verificou-se que a maioria não considera conscientemente a opinião de outras pessoas no momento de decidir como realizar o descarte, especialmente o de bens de vestuário. Os entrevistados 5, 7 e 13 confirmam: "Geralmente eu escolho mesmo" (entrevistada 5); "Somente eu decido" (entrevistado 7), "Os meus só eu que decido" (entrevistado 13).

Entre os que consideram alguma influência externa, destacaram-se o papel dos familiares e parentes como direcionadores da escolha dos usuários, como relatam os entrevistados 3, 4 e 15: "Meu pai" (entrevistada 3), "Minha mãe. Precisa passar por ela primeiro" (entrevistado 4), "Às vezes minha mãe" (entrevistado 15). A figura materna mostrou-se especialmente relevante nesse contexto, uma vez que esteve presente com frequência nas respostas.

Cruz-Cárdenas, González e Gascó (2017), em um estudo a respeito do descarte de bens de vestuário, pontuaram a iniciativa predominantemente feminina na mobilização de roupas a serem destinadas para o descarte dentro dos lares. Ainda assim, é importante frisar que os dados levantados nas entrevistas deste estudo não permitiram inferir o grau de influência de cada participante nas decisões de descarte. Também não foi possível inferir como a aprendizagem dos hábitos de descarte pode ter sido moldada ao longo do tempo pelos grupos de referência.

4.2 Reutilização de bens de vestuário

Após serem solicitados a expor suas percepções sobre o descarte de bens de uma perspectiva mais ampla, os entrevistados foram questionados a respeito da reutilização de bens de vestuário, foco principal do presente estudo. A primeira pergunta com esse tema buscava entender o grau de familiaridade dos participantes com o conceito de reutilização. Sendo assim, foram indagados sobre o que achavam que seria a reutilização como alternativa de descarte.

O conceito de reutilização não se mostrou muito intuitivo para os entrevistados. Muitos se sentiram inseguros ao responder ou confundiram a reutilização com outras modalidades de descarte. Apesar da dificuldade inicial, as respostas giraram em torno de duas ideias: a de prolongar o uso de algo ou a doação de bens. O quadro 7 ilustra as percepções principais:

Quadro 9 - Quadro de definições - Percepções do conceito de reutilização

Categoria mãe	Definição da categoria mãe	Definição das subcategorias
Percepção do conceito de reutilização	Prolongar o uso: continuidade do uso sem a troca de posse do bem	Redirecionar o uso: mudança da forma de uso ou do propósito original do bem de vestuário
		*Transformar: alteração no bem para viabilizar a retomada do uso

	Doar: continuidade do uso com troca de posse do bem	-
--	---	---

Fonte: elaborado pela autora com base em Reike, Vermeulena e Witjes (2018).

O entendimento de que a reutilização envolve dar continuidade ao uso de algo, mantendo seu propósito original ou alterando sua função, foi o mais frequente. Alguns apontaram esse prolongamento como relacionado a transformação dos bens. Para o entrevistado 8, por exemplo, reutilização é “pegar algo que não esteja usando e transformar de uma forma que dê para usar de outra forma, dar uma nova cara, um novo jeito...”. Já para outros, como a entrevistada 2, reutilizar tem correlação com mudar o uso de um bem e seria “você dar um outro objetivo, outra finalidade para o objeto que você possui”.

Apesar de semelhantes, as percepções se diferem na questão da alteração física do bem e da função, aspectos que serão detalhados mais adiante, durante a discussão sobre as estratégias de reutilização. A segunda percepção obtida pelas respostas diz respeito a continuidade de uso através da doação. Para o entrevistado 7, reutilização "seria a questão de doação, né. O que não me serve eu posso dar para alguém que possa servir para essa pessoa". O entrevistado 13 diz: "você vai estar passando o antigo para alguém que vai ser o novo, uma coisa do tipo".

Essa divergência de entendimento havia sido levantada também por Reike, Vermeulena e Witjes (2018). Em um estudo promovido pelos autores, foi identificado que os termos reutilização, revenda, remanufatura, entre outros, vem sendo utilizados de maneira indistinta, o que revela a ausência de um consenso teórico sobre o tema.

Outra questão a ser notada a respeito da ideia de reutilização é a de que, em alguns momentos, esta não é considerada necessariamente um modo de descarte. Quando não há a troca de posse do bem, os usuários não se sentem realizando um descarte, apenas se sentem como se estivessem prolongando o uso do bem, como sugere o entrevistado 1: “no caso não seria bem uma opção de descarte, seria uma opção de prolongar o uso, certo?”.

Portanto, quando se questiona sobre a reutilização como alternativa de descarte, muitos associam a formas de se desfazer do bem e ao mesmo tempo dar continuidade ao seu uso, o que só se viabiliza através da doação ou revenda, segundo a percepção dos entrevistados. O entrevistado 7, quando questionado sobre suas experiências de reutilização, relata que adota ambas as opções:

Assim, tem várias coisas que eu já fiz. Inclusive foi onde eu comecei a fazer a venda do produto antes mesmo da vida útil dele acabar. Teve uma época que eu parei para dar uma organizada no meu guarda-roupa e tirei dois sacos bem grandes, sabe aquelas sacolas de lixo bem grandes? Cheias de blusa, bermuda, casaco, entre outras coisas. Não colhi só do meu guarda-roupa, o pessoal lá da minha casa também fez esse limpa geral, e aí a gente levou no albergue. E aí, levando no albergue, a gente viu que algumas pessoas pegaram e outras simplesmente descartaram. Algumas pessoas também pegaram para fazer a revenda desse produto (entrevistado 7).

Considerando a taxonomia proposta por Jacoby, Berning e Dietvorst (1977), doação e revenda constituem modalidades diferentes de descarte. Sendo assim, o embaraço conceitual leva a reflexão do que de fato pode ser considerado reutilização, uma vez que já existem outros termos que designam alternativas distintas. Cruz-Cárdenas, Guadalupe-Lanas e Velín-Fárez (2019), em um estudo específico sobre reutilização de roupas, trazem a ideia de reutilização como o redirecionamento o uso de algum bem, incluindo a possibilidade de serem feitas alterações físicas ou não, mudando a percepção de valor do bem.

Os autores afirmam que, ao reutilizar suas roupas, os consumidores criam um novo valor funcional para elas. Os bens de vestuário passam a se adaptar a novas necessidades dos indivíduos. Essa perspectiva nos remete então ao pensamento de que o comportamento de descarte se trata de um “descarte de valor” do bem, e não necessariamente de sua posse.

Durante uma doação, o indivíduo descarta o bem e o valor atrelado a ele, seja ele tangível ou intangível. O item em questão poderia passar a ter um valor moral para o usuário na medida em que este se sente realizado por saber que outras pessoas aproveitarão o bem. Na revenda, o valor atribuído ao bem poderia ser trocado por um valor econômico, uma vez que satisfaz alguma necessidade financeira do usuário. Já a reutilização poderia significar o descarte de um valor funcional anterior por um novo valor, através da definição de uma nova utilidade de um bem.

Türe (2014) explora essa relação dos bens e o valor atribuído a eles, especialmente no momento em que os indivíduos o descartam. Essa característica de troca de valor é definida pelo autor como a transferibilidade de valor do bem. Os consumidores estão constantemente avaliando, ainda que inconscientemente, o fluxo de valor de um objeto. No descarte, essa avaliação se mostra fundamental para a escolha dos meios a serem escolhidos para realizar a disposição dos bens.

4.2.1 Estratégias de reutilização

Tendo em vista as divergências no entendimento sobre o conceito de reutilização, optou-se por utilizar como referência a definição trazida por Cruz-Cárdenas, Guadalupe-Lanas e Velín-Fárez (2019), a qual foi julgada mais pertinente para os objetivos deste estudo. Sendo assim, os participantes foram conduzidos a contar alguma experiência de reutilização, considerando o significado como “redirecionar o uso, por meio da criação de valor, envolvendo ou não a conversão física do bem”.

O foco eram as experiências de reutilização sem a troca de posse, evitando possíveis confusões com outras alternativas de descarte. A partir das respostas compartilhadas, foram observadas as maneiras mais utilizadas pelos indivíduos para alterar o uso de seus bens de vestuário, categorizadas no quadro 8:

Quadro 10 - Quadro de definições - Estratégias de reutilização

Categoria mãe	Definição da categoria mãe	Definição das subcategorias
Estratégias de reutilização de bens de vestuário	Sem alteração física	Mudança de finalidade: propriedades físicas mantidas, mudando apenas o propósito que o bem de vestuário possuía
	Com alteração física	*Personalização/Reforma: alteração parcial das propriedades físicas, mantendo o propósito similar ao propósito original do bem
		*Transformação: alteração parcial ou total do bem, incluindo a mudança no propósito original do bem
		Reparo: conserto de defeito no bem, devolvendo suas características originais ou o mais próximo possível

Fonte: Elaborado pela autora com base em Cruz-Cárdenas, Guadalupe-Lanas e Velín-Fárez (2019).

A primeira categoria identificada foi a de reutilização sem alterações físicas no bem de vestuário. Os usuários relataram situações nas quais mantiveram os atributos intrínsecos ao bem, mas redirecionaram sua função, dando às peças outras utilidades. O entrevistado 3 conta: “eu tenho uma camiseta rosa, que antes eu usava ela mais para sair, tudo mais, e agora ela é meu pijama favorito”. Nesse caso, o bem passou por uma mudança de “*status*”. Ainda é uma peça com as mesmas características e com a finalidade original semelhante, mas usada em outras ocasiões.

O entrevistado 5, por outro lado, escolheu a reutilização através do uso combinado com outras peças: “Eu estava precisando de uma blusinha e aí eu falei

assim ‘ah, eu acho que com uma saia aqui em cima desse vestido ninguém vai perceber que é um vestido, é uma blusinha’”. Segundo o entrevistado, nenhuma alteração física foi necessária.

No estudo de Cruz-Cárdenas, Guadalupe-Lanas e Velín-Fárez (2019), a mudança na finalidade dos bens de vestuário sem alterações físicas foram associadas principalmente a ocupação dos indivíduos, como por exemplo, na reutilização de roupas casuais no ambiente de trabalho. Durante as entrevistas, foi possível notar que essas modificações de uso podem se estender às mais diversas ocasiões.

Nos casos citados acima, o uso foi alterado de forma semelhante à sua finalidade original. Porém, também emergiram nas respostas outras modificações, mais diferenciadas do propósito inicial do bem. O entrevistado 13 compartilha: “Lembro sim, minha camisa do exército. Tem umas leis internas do exército que não permitem que você use o uniforme após ter saído. Aí no caso eu só uso para limpar a casa. É uma regata com meu nome”. Nessa situação, as propriedades físicas do bem foram mantidas, como mostra a figura 4:

Figura 4 - Fotografia - Camiseta regata



Fonte: fornecida pelo entrevistado 13.

A mudança de finalidade sem alteração física possui a vantagem de permitir a livre substituição do uso. É possível que o usuário utilize a peça com um propósito, modifique-o e retorne ao uso inicial, ou ainda, utilize de uma terceira maneira diferente,

se assim convier. A principal limitação para essa mudança está relacionada ao formato da peça.

A segunda categoria envolve a alteração física dos bens de vestuário. Sendo assim, as peças podem assumir vários tipos de funções diferentes e geralmente não há limitação no formato. Foram identificados três tipos de estratégias de reutilização que envolvem a mudança dos atributos tangíveis dos bens: a personalização (ou reforma), a transformação e o reparo.

A personalização é uma estratégia de reutilização que abrange a modificação parcial das peças para atender a uma nova necessidade do usuário. Aqui se enquadram alterações de cor, ajustes de tamanho e comprimento, adição de enfeites e detalhes, entre outros. As entrevistadas 6 e 10 exemplificam esse tipo de alteração. Em sua experiência, a entrevistada 6 afirma: “Foi uma blusa que eu cortei ela e fiz tipo um ‘abadazinho’ para ir para a academia”. A entrevistada 10 detalha:

“Já. Eu já... Tipo assim, não foi uma coisa tão séria, foi mais voltado para sair no carnaval por exemplo. Aquelas blusas velhas grandonas eu já transformei em uma blusa massa com uns detalhes atrás, assim trançado, sabe. (...) Na época eu morava em Recife. Minha tia é costureira e aí eu pedi só para ela... Eu tirei todas essas partes assim, das juntas da roupa que tem a linha, e aí depois que a gente corta ela fica meio que se desfazendo, né. Aí eu pedi para ela dar um pontinho aqui em cima onde eu cortei. Enfim, não vou saber explicar direito, mas ela deu um pontinho e o resto é somente tesoura” (entrevistada 10).

Nas ocasiões citadas, as peças sofreram alterações físicas moderadas. Em cada camiseta, foram acrescentados detalhes que conferissem um caráter pessoal, adequando o item ao novo contexto desejado pelos usuários, como mostram as figuras 5 e 6 a seguir:

Figura 5 - Fotografia - Camiseta regata personalizada



Fonte: fornecida pela entrevistada 6.

Figura 6 - Fotografia - Camiseta regata personalizada 2



Fonte: fornecida pela entrevistada 10.

A próxima estratégia de reutilização diz respeito a transformação do objeto. As suas propriedades originais são descaracterizadas, convertendo-o em um novo bem. Para a entrevistada 11, o bem de vestuário, inicialmente uma calça, foi submetido a cortes e passou a ser uma outra peça, um short:

Eu pedi ajuda da minha prima. A gente cortou a calça, fez um desfiadinho, olhando no YouTube mesmo. (...) Acho que a qualidade do jeans tava boa, só que a barra já tava um pouco desgastada (...). A gente precisa de um short e não de uma calça, aí a gente cortou (entrevistada 11).

Para o entrevistado 9, a experiência de reutilização foi através da transformação de uma camisa em uma durag¹. Segundo ele, a camisa possuía o mesmo tecido do acessório, o que o motivou a aproveitar a peça dessa forma. Já a entrevistada 2, optou por tornar uma camisa em um pano para limpeza. Diferente do entrevistado 13, que optou por usar a camiseta como pano de limpeza sem mudar as propriedades da peça, a entrevistada 2 decidiu modificar o aspecto físico para adaptar melhor o bem ao formato desejado, como ilustrado pela figura 7:

Figura 7 - Fotografia - Camiseta regata transformada



Fonte: fornecida pela entrevistada 2.

A utilização de bens de vestuário para fins de limpeza pareceu ser uma das utilizações mais comuns durante as entrevistas. Cruz-Cárdenas, Guadalupe-Lanas e Velín-Fárez (2019) encontraram alguns relatos de reutilização dessa forma, embora não tivessem detalhado as maneiras como tal reutilização acontecia.

O último tipo de estratégia encontrado foi o reparo. Essa modalidade consiste em prolongar o uso de bens de vestuário através da tentativa de recuperar as propriedades originais da peça, ou o mais próximo possível. São casos em que, geralmente ao longo do uso, o bem acabou perdendo alguma de suas características.

¹ Segundo o entrevistado, trata-se de um acessório com grande importância étnica e cultural, feito para proteger a cabeça.

Diante do desejo de prolongar o uso do item, o usuário então busca opções para restaurá-lo.

A entrevistada 14 optou pela tinta como forma de devolver a cor de sua calça: “Eu já pintei calça jeans. Ela estava desbotada. Eu lembro disso (...). Eu lembro que eu fervia uma água e jogava um pozinho, colocava a roupa, era assim”. Já o entrevistado 1 escolheu reparar sua peça com o uso de suas habilidades de costura: “(...) minha calça preta moletom favorita foi costurada. (...) Sim, eu fui lá, peguei a linha e tentei fazer o melhor que deu”. A figura 8 a seguir mostra o resultado:

Figura 8 - Fotografia - Calça moletom reparada



Fonte: fornecida pelo entrevistado 1.

Nas estratégias que envolvem modificações físicas, não há limitação de formato. Entretanto, a intercambialidade de função do bem diminui. Em alguns casos, como na transformação por exemplo, a modificação completa da peça tornaria mais difícil a mudança de finalidade em um segundo momento.

4.2.2 Recursos utilizados

Ao se deparar com a necessidade de se desfazer de algum bem, os indivíduos passam a buscar meios e informações que viabilizem o descarte. Cério e Debenedetti (2021), ao explorarem os meios pelos quais os consumidores decidem entre diferentes práticas de redistribuição de bens, apontaram para a disponibilidade de recursos como um fator crucial na decisão. Segundo os autores, a combinação de

recursos (temporais, materiais e sociais) e competências (técnicas e comerciais) que os indivíduos detêm, os levam a escolher entre doar, vender ou trocar seus bens.

Considerando as experiências compartilhadas pelos entrevistados, ao adotar as estratégias classificadas anteriormente, também foi observada a necessidade de fazer uso de alguns meios específicos, conforme detalha o quadro 9:

Quadro 11 - Quadro de definições - Recursos utilizados

Categoria mãe	Definição da categoria mãe	Definição das subcategorias	Definição das Subcategorias
Recursos utilizados	Recursos: meios que podem ser utilizados para reutilização	Materiais: itens físicos utilizados no ato da reutilização	*Instrumentos de corte: objetos pontiagudos como faca e tesoura
			*Equipamento de costura: itens como linha, agulha e máquina de costura
			*Tinta de tecido: pigmento específico para itens têxteis
			Outros: demais recursos físicos utilizados
		Temporais: tempo disponível para o ato de reutilização	-
	Sociais: indivíduos envolvidos diretamente no ato da reutilização	*Outras pessoas: demais indivíduos e parentes com grau de parentesco por afinidade que auxiliam no processo de reutilização	
		*Familiares: indivíduos com grau de parentesco sanguíneo que auxiliam no processo de reutilização	
	Conhecimentos: informações prévias adquiridas para realizar a reutilização	Internos: informações aprendidas ou criadas anteriormente pelo usuário	-
			Externos: informações adquiridas pelo usuário
		Internet e redes sociais: fontes de informação online	
*Familiares: indivíduos com grau de parentesco sanguíneo que fornecem informações antes desconhecidas pelo usuário			
*Outras pessoas: demais indivíduos e parentes com grau de parentesco por afinidade que fornecem informações antes desconhecidas pelo usuário			

Quadro 9 – Quadro de definições – Recursos utilizados

Fonte: elaborado pela autora com base em Cério e Debenedetti (2021).

O primeiro tipo de recurso se divide entre recursos materiais, temporais e sociais. Os recursos materiais são aqueles que incluem os objetos usados no processo de reutilização. Essa categoria se mostrou presente em grande parte nas estratégias

que envolvem alterações físicas dos bens de vestuário. Destacam-se principalmente instrumentos de corte (tesouras e facas), equipamentos de costura (máquina de costura, linha, agulha), tinta de tecido e outros itens.

Os recursos temporais dizem respeito ao tempo que o indivíduo dispõe para colocar em prática a alternativa de descarte que escolher. Nas entrevistas, esse recurso não foi citado diretamente. Porém, a maioria das estratégias demonstrou ser de rápida aplicação. Grande parcela dos entrevistados optou por não fazer alterações ou fazer modificações simples nas peças, o que pode estar relacionado com o fator tempo.

Já os recursos sociais estão ligados às pessoas com as quais os indivíduos podem contar para realizar o descarte. Se tratando de reutilização, muitos relataram a participação de familiares no processo, como revela a entrevistada 10:

Minha tia é costureira e aí eu pedi só para ela... Eu tirei todas essas partes assim, das juntas da roupa que tem a linha, e aí depois que a gente corta ela fica meio que se desfazendo, né. Aí eu pedi para ela dar um pontinho aqui em cima onde eu cortei. Enfim, não vou saber explicar direito, mas ela deu um pontinho e o resto é somente tesoura (entrevistada 10).

De forma similar, a entrevistada 11 afirma: “Eu pedi ajuda da minha prima. A gente cortou a calça, fez um ‘desfiadinho’, olhando no YouTube mesmo”. Em alguns momentos, mesmo que os indivíduos próximos dos usuários não participem ativamente no processo de reutilização, estes ainda podem contribuir com a execução fornecendo conhecimentos.

Os conhecimentos são considerados recursos intangíveis que impactam no processo. Familiares, amigos e outras pessoas do círculo de convivência podem atuar como fontes externas a serem consultadas pelos indivíduos durante a reutilização. Os entrevistados contam: “Eu aprendi (a costurar) em casa com a minha mãe” (entrevistado 1); “eu vejo minha mãe pegando roupas velhas para usar de pano de chão” (entrevistada 2); “uma tia minha faz isso, minha sogra também costura” (entrevistada 6); “A parte de pano de chão eu aprendi com a minha ex sogra. Ela já utilizava. O pessoal do nordeste costuma reaproveitar quase tudo, então aprendi essa parte com ela” (entrevistado 15).

O círculo social dos indivíduos até então vem se mostrando como um fator de grande relevância, tanto como fonte de conhecimento e participantes na execução,

quanto no processo decisório em si, como discutido anteriormente. Joung e Park-Poaps (2013) também notaram essa importância. Os autores destacaram a influência dos grupos de referência nos comportamentos de descarte e investigaram como as crenças normativas podem impactar na decisão dos consumidores. Além disso, abordaram a questão da aprendizagem dos comportamentos de descarte ao longo do tempo.

A aprendizagem dos comportamentos, no contexto das categorias de recursos usados para reutilização, se enquadra como parte dos conhecimentos internos dos consumidores. Os conhecimentos internos incluem todas as informações anteriores à reutilização que os indivíduos detenham e que possam ser usadas no processo. O entrevistado 9 confirma o uso desse tipo de recurso. Quando questionado a respeito de onde buscou informações sobre como realizar a transformação de sua camisa em um acessório para proteção da cabeça, o mesmo informou que teve a ideia por si mesmo. Com criatividade e de posse do conhecimento do material do acessório e do formato, colocou em prática a modificação.

Outras fontes externas de conhecimento com grande peso nas experiências de reutilização citadas pelos entrevistados foram as redes sociais e a internet de modo geral. A entrevistada 5, quando indagado sobre o local de onde retirou os conhecimentos para reutilizar seus bens de vestuário, afirmou: “Na internet. A gente aprende muito com a internet, não é? Hoje em dia a gente tem muitos meios e pessoas que influenciam a fazer a reutilização”.

A importância das redes sociais foi ressaltada também por Noh (2021). Ao investigar os efeitos das informações nas intenções de reutilização e reciclagem de roupas entre estudantes universitários, a autora identificou que as mídias sociais são particularmente relevantes como forma de incentivar comportamentos sustentáveis de descarte:

(...) a mídia social tem sido recentemente uma ferramenta de comunicação útil para conectar pessoas com interesses comuns. Foi relatado que a mídia social pode influenciar o comportamento de reciclagem entre comunidades mais amplas, melhorando a atitude, as normas sociais e a autoeficácia porque é útil desenvolver ideias, colaborar com outros indivíduos com ideias semelhantes e disseminar informações entre pessoas semelhantes. (Noh, 2021, pg. 12).

Dessa forma, as mídias sociais revelam um potencial a ser explorado, especialmente na disseminação de ideias, não só para a reutilização, mas para todos os tipos de descarte.

4.2.3 Motivações relacionadas

Após a investigação dos recursos utilizados pelos indivíduos para executar o reuso dos bens de vestuário, os entrevistados discorreram um pouco sobre o que os motivaram a escolher especificamente a reutilização como alternativa de descarte. As respostas deram origem ao quadro 10:

Quadro 12 - Quadro de definições - Motivos para reutilização

Categoria mãe	Definição da categoria mãe	Definição das subcategorias
Motivos para reutilização	Conveniência/ Necessidade: ocasião ou necessidade de uma outra peça	-
	Percepção do estado da peça: avaliação dos atributos da peça após o uso	*Percepção positiva: características do bem de vestuário boas para prolongar o uso de outra forma
		*Percepção negativa: características do bem de vestuário ruins para manter seu uso original
	Adiar o descarte no lixo comum: prolongar o uso para evitar o descarte definitivo precipitado.	-

Fonte: elaborado pela autora.

A primeira categoria observada foi a conveniência ou necessidade. Os participantes que narraram sua decisão sob essa perspectiva demonstraram que a oportunidade e a demanda por algum bem foram mais relevantes na escolha. A fala da entrevistada 5 afirma: "Eu estava precisando de uma blusinha e aí eu falei assim "ah, eu acho que com uma saia aqui em cima desse vestido ninguém vai perceber que é um vestido, é uma blusinha". Nessa situação, o entrevistado encontrou uma peça que poderia se adaptar naquele momento ao seu desejo, e optou por reutilizar.

Enquanto isso, a entrevistada 11 destaca a relevância da ocasião para a sua decisão: "(...)foi mais voltado para sair no carnaval por exemplo. Aquelas blusas velhas grandonas eu já transformei em uma blusa massa com uns detalhes atrás, assim trançado, sabe". A partir da necessidade criada pelo evento, o participante

avaliou as possibilidades, escolheu uma peça que atenderia às suas expectativas, reuniu os recursos necessários e executou a reutilização do bem de vestuário.

Joung e Park-Poaps (2013) levantaram a conveniência como uma das razões determinantes para o descarte em seus estudos. Na ocasião, verificou-se que esta estava associada principalmente ao descarte comum dos bens têxteis. De forma similar, Cério e Debenedetti (2021) também apontaram a conveniência como um dos fatores que motivam a escolha de diferentes tipos de descarte. De acordo com seu trabalho, pessoas que possuem poucos recursos temporais e menos conhecimentos técnicos e comerciais, acabam adotando formas mais práticas de se desfazer de seus bens, como a doação dos bens em locais próximos.

Embora os autores não tenham encontrado relação direta entre a reutilização e a conveniência em seus estudos, essa ligação se mostrou presente neste trabalho. Sendo assim, a busca por uma maneira oportuna de descarte pode também levar ao reúso. No que diz respeito a aplicação de estratégias para a reutilização de bens de vestuário, verificou-se que a conveniência está relacionada tanto a estratégias que envolvem alterações físicas dos bens quanto as que não abrangem modificações.

O próximo motivo relatado pelos entrevistados foi a percepção a respeito do estado da peça. As condições físicas dos bens são aqueles atributos tangíveis avaliados pelos usuários. Aqui foram relatados dois tipos de percepção: a positiva e a negativa. Quando a percepção do indivíduo é positiva, este opta por prolongar o uso do bem considerando o potencial que o material ainda possui. Os entrevistados corroboram: "está num estado de uso bom e, considerando que foi um rasgo mínimo, eu não achei que havia a necessidade de descartar ela" (entrevistado 1); "Porque ainda dava para aproveitar bem a peça" (entrevistado 8); "a qualidade do jeans tava boa" (entrevistada 11).

Por outro lado, quando a percepção do estado da peça é negativa, os usuários optam por redirecionar o uso do bem devido ao baixo valor que enxergam na peça na função que ocupa atualmente, conforme explicam os entrevistados: "porque era uma blusa que estava em um estado de conservação bem estranho" (entrevistada 2); "Eu estava sem camisa para dormir, eu vi que ela era a mais velhinha de todas e aproveitei ela" (entrevistado 4).

Enquanto as percepções positivas levam ao uso de estratégias sem modificações ou com alterações mais simples, como o reparo, as percepções

negativas aparentaram estar mais associadas a transformações mais drásticas ou a mudanças para finalidades de baixo valor estético que não demandem tanta qualidade do bem, como o uso para atividades de limpeza doméstica.

Vale ressaltar que percepção negativa tem um limite considerado aceitável para os danos físicos. Caso as condições do bem sejam consideradas péssimas, alguns consumidores podem optar por jogá-lo no lixo, como afirmam os entrevistados a seguir: "De forma geral, quando o produto está bem velho, a gente acaba jogando fora" (entrevistado 7); "Se for algo que é inutilizado, o melhor jogar fora" (entrevistado 9). Norum (2017) ratifica essa ideia ao explicar que, quando o bem não atende aos critérios mínimos de atributos físicos, os usuários nem mesmo chegam a considerar outras formas de descarte, apenas o lixo.

Por outro lado, alguns participantes levantaram a vontade de evitar o descarte no lixo comum como um dos fatores que levaram à reutilização. Os entrevistados dizem: "eu não conheço muitos lugares que aceitam doação, essas coisas, então a outra opção era jogar no lixo. Eu não achei um descarte necessário ainda" (entrevistada 3), "chega naquele estágio de ou vira pano de chão ou vai para o lixo" (entrevistado 15). Nos casos apontados acima, os usuários decidiram reutilizar por não desejarem jogar seus bens fora ainda.

O desejo de manter os bens para evitar o lixo também emergiu nas pesquisas de Sarigöllü, Hou e Ertz (2020). Segundo os autores, a aversão a geração de resíduos faz com que os indivíduos apresentem uma tendência maior a manter os produtos no ciclo de consumo. Os consumidores buscam esgotar ao máximo o valor dos bens, mas caso não possam fazer isso por si mesmos, procuram alternativas para que outros possam esgotar o potencial de uso. Sendo assim, o adiamento do descarte no lixo comum através da reutilização pode levar à aplicação de qualquer uma das estratégias destacadas na seção anterior.

Outro aspecto a ser notado é que as motivações não são excludentes. É possível que o usuário faça combinações entre as razões citadas e ainda seja influenciado por outros fatores, tais como os influenciadores elencados por Vieira et al. (2021). O comportamento de descarte como um todo é um processo complexo e multifatorial, que envolve várias etapas e considerações a serem feitas pelos indivíduos.

4.2.4 Sentimentos experimentados

De acordo com o modelo proposto por Vieira et al. (2021), a última etapa do processo decisório de descarte é a avaliação pós-descarte. Essa etapa compreende todas as considerações que o consumidor faz depois de concluir o processo de disposição dos seus bens. Essa avaliação inclui os sentimentos e percepções acerca dos resultados obtidos.

Afim de compreender como os indivíduos avaliaram suas experiências ao escolherem reutilizar seus bens de vestuário, os entrevistados foram convidados a compartilhar suas sensações e julgamentos. As respostas seguiram as categorias expostas abaixo, no quadro 11:

Quadro 13 - Quadro de definições - Sentimentos relacionados à reutilização

Categoria mãe	Definição da categoria mãe	Definição das subcategorias
Sentimentos relacionados à reutilização	Positivos: sentimentos que provocam sensações agradáveis no usuário	Alívio: diminuição no desconforto ou preocupação associados ao descarte
		Felicidade: estado de contentamento experimentado após o descarte
		Orgulho: autorrealização e admiração pelo resultado alcançado
		Bem-estar: estado de satisfação e tranquilidade após o descarte
	Negativos: sentimentos que provocam sensações desagradáveis no usuário	Insatisfação: desagrado em relação a experiência de descarte
		Tristeza: desânimo associado a necessidade de descarte
	Neutros: sentimentos que não provocam sensações relevantes no usuário	Indiferença: o descarte não altera significativamente o estado emocional do usuário

Fonte: elaborado pela autora.

Entre as sensações favoráveis experimentadas pelos participantes, foram citadas alívio, felicidade, orgulho e bem-estar. Os sentimentos identificados estavam relacionados ao cumprimento das expectativas dos usuários quanto ao método de descarte escolhido. Segundo o entrevistado 1, a experiência foi satisfatória no final: “Quando eu estava costurando, eu só estava torcendo para tudo dar certo, para não ficar torta nem nada. Quando eu usei não senti nenhuma diferença de quando ela era nova, então foi um alívio, fiquei feliz até”.

Da mesma forma, a entrevistada 6 afirma: “Ah, muito feliz [em reutilizar]! Pagar caro numa peça e você não utilizar ela, e ela ficar guardada durante um ano no guarda-roupa, e você pegar ela e reutilizar ela, é bom demais!”. As emoções positivas, de maneira geral, foram associadas ao novo valor atribuído as peças. Os bens passaram a ser vistos como úteis novamente e atenderam a alguma necessidade dos consumidores.

Além da percepção de utilidade, outros aspectos foram notados como causas de sentimentos positivos, como por exemplo a economia. Muitos se sentiram bem por terem poupado recursos financeiros ao invés de realizar uma nova compra. Outros, por sua vez, apreciaram a sensação de terem aproveitado melhor o valor monetário investido inicialmente na peça.

Joung e Park-Poaps (2013), assim como Cruz-Cárdenas, Guadalupe-Lanas e Velín-Fárez (2019) ressaltam que há uma associação entre a preocupação com a economia e a tendência para reutilizar. Pelas pesquisas feitas por eles, os indivíduos que buscam economizar, geralmente grupos populacionais com menor renda, tendem a reaproveitar seus bens ao máximo, ou revendê-los.

Durante as entrevistas realizadas, o relação entre a renda os participantes e seu comportamento de descarte por meio da reutilização não chegou a ser explorada diretamente. Entretanto, a maioria dos respondentes se autodeclarou como pertencentes às classes socioeconômicas C, D ou E, classes consideradas mais baixas de modo geral, sugerindo concordância que as pesquisas anteriores.

Em atenção aos sentimentos negativos compartilhados pelos consumidores, notam-se a insatisfação e a tristeza. A insatisfação foi associada ao resultado da reutilização. Quando a experiência falha e o bem não consegue atender ao desejo do indivíduo, a reação é desfavorável ao reuso. A entrevistada 14 conta: “eu não gostei do resultado [do tingimento do bem]. Depois ficou manchando as coisas, não podia lavar junto com outras roupas... Não gostei, não foi uma experiência legal”.

Já a tristeza identificada nas repostas está ligada ao descontentamento por precisar dar um novo uso a um bem que antes possuía um valor emocional, como fala a entrevistada 2: “Foi ruim [ter que reutilizar] porque eu era muito apegada a essa blusa, mas por outro lado foi bom, porque eu preciso de pano para limpar o chão”. Embora o bem ainda tivesse algum valor emocional, seu valor funcional já não supria a necessidade do usuário. Dessa forma, optou pela reutilização, ainda que tenha

experimentado sentimentos conflituosos. Após o reúso, o bem passou a ser valorizado em sua nova função.

Os sentimentos conflituosos experimentados pelo entrevistado 2 também foram identificados no trabalho de Vieira e Fonseca (2021). Ao optar por alguma alternativa de descarte, os consumidores podem passar pela etapa de dissonância. Quando é necessário que ocorra a separação entre o bem e o indivíduo, podem surgir dúvidas, desconforto, remorso e até culpa, dependendo do nível de apego envolvido.

Por outro lado, algumas ocasiões de descarte não desencadeiam sensações significativas nos usuários. Sendo assim, são classificadas como sentimentos neutros. Alguns entrevistados relataram indiferença durante o processo de reutilização, como o entrevistado 13: “foi bem tranquilo, para mim não tem um valor sentimental”. Esse tipo de sensação se aplica a casos em que não há um nível grande de apego envolvido, ou quando o resultado da reutilização não chega a proporcionar nenhum ganho expressivo de valor.

De toda forma, os sentimentos experimentados demonstram ser relevantes no processo de decisão da escolha da modalidade de descarte. Dependendo da avaliação feita pelos consumidores após o descarte, a decisão entre as alternativas disponíveis pode ser modificada por completo. A entrevistada 14 ilustra esse pensamento ao afirmar: “Eu acho que, tipo assim, eu mesma não sou muito boa em novas experiências. Quando eu faço alguma coisa e não dá certo eu não repito isso mais. Então é mais isso, eu tenho um pouco de receio de fazer e não dar certo”.

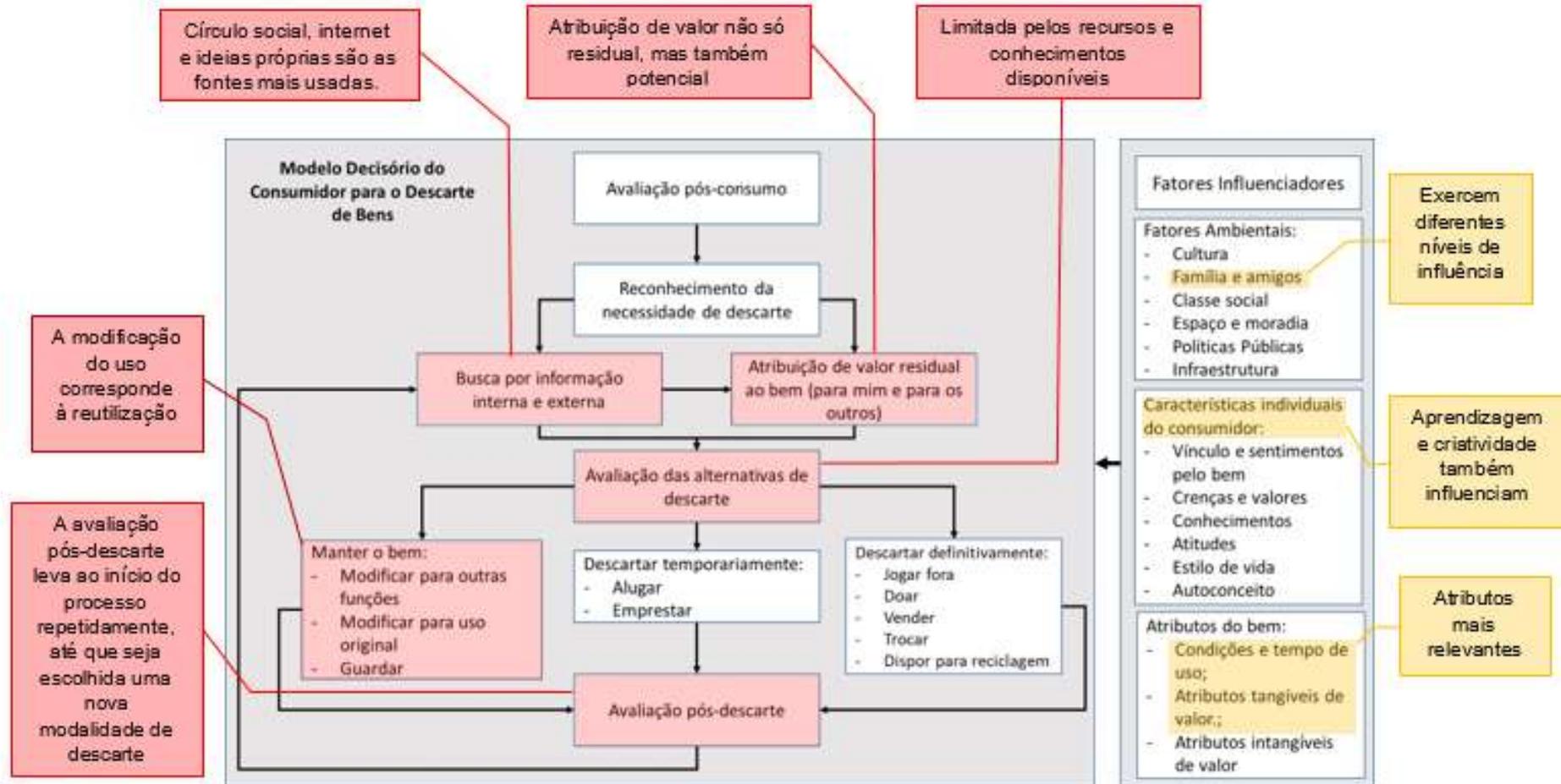
Sendo assim, a vivência e a experiência moldam as tendências do indivíduo no que diz respeito às alternativas de descarte, especialmente durante a reutilização. Caso o resultado seja bom, a chance de que o consumidor repita a operação aumenta. Da mesma forma, se o resultado não agrada, o consumidor passa a evitar essa modalidade em outras ocasiões.

4.2.5 O processo decisório de descarte na reutilização

Conforme detalhado na seção 4.1, os indivíduos passam por uma série de etapas para decidir de que maneira vão se desfazer de seus bens. Traçando um paralelo ao modelo proposto por Vieira et. al (2021), é possível notar que o processo

decisório do consumidor, no que diz respeito à decisão de reutilização, possui algumas especificidades, expostas na figura 9:

Figura 9 - Especificidades do descarte por meio da reutilização



Fonte: elaborada pela autora.

As características singulares observadas nas etapas do processo estão representadas em vermelho, enquanto as particularidades ligadas aos fatores que influenciam o descarte estão destacadas em amarelo. Com relação as fases do processo, a primeira singularidade foi observada na busca por informações. Após a avaliação do consumo dos bens, os indivíduos identificam a necessidade de se desfazerem deles e passam a procurar referências sobre como podem realizar o descarte.

A principal diferença em relação a outras modalidades de descarte nessa etapa é a importância que ambas as fontes possuem na reutilização. Os indivíduos podem combinar o conhecimento obtido nas fontes externas, como o círculo social e a internet, com os seus conhecimentos internos. Através dessa combinação, é possível encontrar diversas inspirações de formas para reaproveitar seus bens de vestuário, adaptando as ideias encontradas ou dando origem a ideias próprias.

A busca por informações impacta diretamente na etapa de atribuição de valor ao bem. A fase de atribuição de valor ao bem está intrinsecamente relacionada a percepção que o consumidor tem sobre o item. Na reutilização, essa atribuição envolve não somente o julgamento das características que o bem ainda possui, mas engloba também as características que o bem pode vir a ter no futuro.

Ainda que o indivíduo não enxergue valor no objeto em sua função atual, é possível que o item ainda possa ser valioso em outras funções. Dessa forma, o reuso das peças permite que o consumidor crie um novo valor para os bens, com base nos conhecimentos que detém. Esse reuso, entretanto, fica limitado pelos recursos disponíveis. Caso o consumidor vislumbre potencial nas peças, mas não possua os recursos necessários, é possível que acabe optando por outras modalidades de descarte.

Tendo buscado as informações úteis, determinado o valor residual e potencial do bem e reunido todos os recursos necessários, o indivíduo escolhe uma das alternativas de descarte. No modelo, a alternativa que corresponde à reutilização é a modificação do uso. Diversos fatores podem levar o consumidor a adotar essa modalidade. Entre os fatores influenciadores, destaca-se o papel da família na reutilização.

Além de poderem ser considerados como uma fonte de informação externa no momento do reuso, podem também ser parte do processo em si, ao ajudar na execução das estratégias. Ademais, as entrevistas demonstraram que o ambiente familiar pode influenciar diretamente os conhecimentos prévios do indivíduo. Alguns conhecimentos sobre reutilização são ensinados pelos pais e parentes ao longo do tempo.

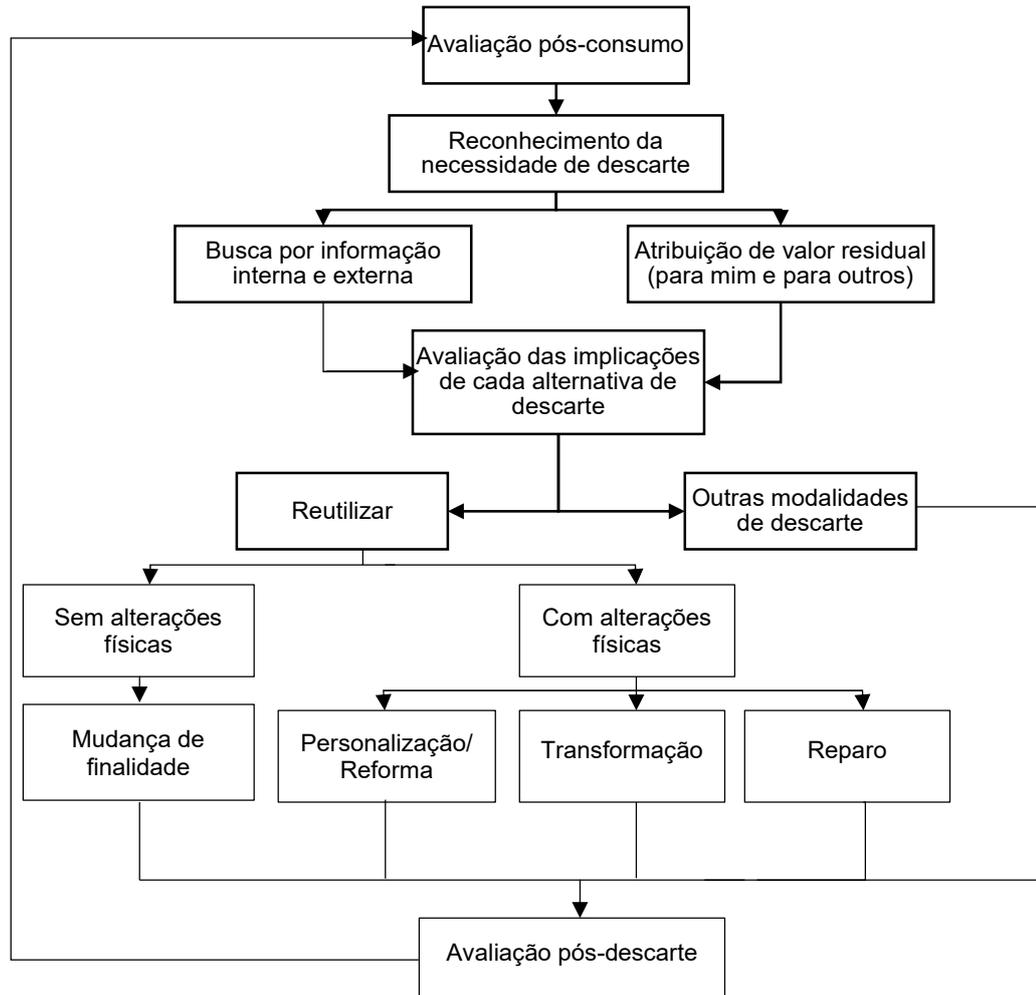
A aprendizagem, portanto, é uma das características individuais do consumidor a serem acrescentadas quando se trata de reutilizar as peças. De forma similar, a criatividade também pode ser citada como uma das habilidades individuais importantes no reuso. A capacidade de ver as situações por outros ângulos e gerar ideias novas tem impacto direto nessa modalidade e ajuda na criação de novos valores para os bens.

Em relação aos bens em si, a condição física, o tempo de uso e demais atributos tangíveis demonstraram ser mais relevantes para os consumidores que optam por reutilizar seus objetos. Vale ressaltar que no estudo em questão, as percepções dos atributos de influência mais importantes foram baseadas na categoria de bens de vestuário. Para demais categorias de bens, é possível que sejam observados outros atributos.

Após realizar o descarte por meio da reutilização, o consumidor avalia como foi sua experiência. Diante dos resultados e sentimentos experimentados ao longo do processo, os indivíduos definem um nível de satisfação ou insatisfação. Nessa modalidade, independentemente do quão boa ou ruim foi o descarte, o processo decisório se reinicia. Caso a experiência tenha sido satisfatória, o consumidor pode ser levado a reutilizar novamente, até que o valor residual e potencial para a reutilização se esgote e ocasionalmente seja escolhida uma outra forma de disposição. Se a experiência não for agradável, o processo volta ao início e provavelmente leva direto à escolha de outras alternativas, como a doação ou o descarte em lixo comum.

Por fim, aplicando o modelo de Vieira et. al (2021) apenas para a reutilização, podemos observar o seguinte fluxo, representado na figura 10:

Figura 10 - Processo decisório do consumidor na reutilização



Fonte: elaborada pela autora.

A figura acima ilustra todo o processo decisório do consumidor para a escolha da reutilização como alternativa de descarte, baseando-se na teoria preexistente e nos resultados que emergiram das entrevistas. Visando aumentar o grau de detalhamento das etapas, foram incluídas as estratégias adotadas pelos indivíduos para executar a reutilização. Foi realizada também uma alteração em relação ao modelo original. A avaliação pós-descarte, no modelo inicial, pode levar o consumidor de volta à etapa de busca por informação.

No modelo acima, propõe-se que a avaliação pós-consumo leve o indivíduo de volta ao primeiro estágio do processo decisório. Como discutido anteriormente, a reutilização faz com que o usuário mude a finalidade de seus bens, convertendo-os fisicamente ou não. Ao realizar essa mudança, considera-se que um novo ciclo de consumo começa. Portanto, ao finalizar o uso do bem com a nova finalidade, o

consumidor dá início a avaliação pós-consumo e segue por todas as demais etapas, até que ocasionalmente o bem deixe sua posse por completo.

5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

. Essa pesquisa teve como principal objetivo analisar o comportamento de descarte do consumidor, especialmente com relação a essa modalidade. O trabalho em questão se direcionou à reutilização de bens de vestuário, tendo em vista o impacto ambiental que os resíduos têxteis possuem e seu grande potencial para reuso.

Os participantes escolhidos para compor a pesquisa foram os estudantes universitários, uma vez que são considerados um público com uma tendência maior a reutilizar (CRUZ-CÁRDENAS; GUADALUPE-LANAS; VELÍN-FÁREZ, 2019). Ao todo, 15 estudantes foram convidados a compartilhar suas experiências e percepções através de entrevistas semiestruturadas.

Em decorrência da pandemia de Covid-19, que ainda perdura por todo mundo, alguns entrevistados optaram por participar de forma online das entrevistas. Sendo assim, a interação entre os entrevistados e o pesquisador foram limitadas, principalmente com relação a observação dos bens de vestuário reutilizados.

Após a realização das entrevistas, foi possível notar que as alternativas de descarte consideradas pelos usuários vão ao encontro das ideias trazidas por Jacoby, Berning e Dietvorst (1977). As formas permanentes de descarte (doação, troca, venda ou jogar fora) apareceram com mais frequência nas respostas, enquanto o descarte temporário não chegou a ser citado.

Com relação ao processo decisório em si, os entrevistados demonstraram passar por diversas etapas durante a escolha. Tais etapas coincidem com as fases propostas por Vieira et al. (2021) em seu modelo. Com exceção da avaliação pós-consumo, todas as outras etapas foram explicitamente observadas nas falas ouvidas.

No que diz respeito especificamente ao comportamento de reutilização, notou-se que há uma divergência de entendimento no significado. Ainda assim, de maneira geral, a reutilização foi associada a formas de prolongar a vida útil dos objetos.

Considerando a ideia de redirecionar o uso dos bens, especialmente os de vestuário, foi observado que os indivíduos adotam quatro estratégias para reutilizar: mudança de finalidade sem alteração física, personalização (ou reforma), transformação e reparo. A determinação da estratégia a ser usada é influenciada pela

conveniência, pela percepção do estado físico dos bens e pelo desejo de evitar o descarte em lixo comum das peças.

Além disso, os usuários ficam limitados pela disponibilidade de recursos e conhecimentos para executar a reutilização. As práticas de reuso estão relacionadas aos materiais disponíveis, ao tempo e aos conhecimentos que possuem, que podem ser obtidos por fontes externas ou terem sido adquiridos anteriormente.

Nesse contexto, o círculo social ocupou um lugar de destaque. As pessoas com quem o indivíduo tem contato demonstraram impactar não somente a decisão da modalidade de descarte, como também atuaram como participantes no processo (auxiliando na reutilização em si) e como fonte de informação (fornecendo instruções de como reutilizar). De modo especial, a família se sobressaiu como o grupo de referência mais influente no processo decisório de descarte. Muitos dos comportamentos de descarte revelados ao longo das entrevistas foram aprendidos no contexto familiar.

Se tratando dos sentimentos experimentados ao longo do processo de reutilização de bens de vestuário, estes foram majoritariamente positivos, com exceção dos casos nos quais o resultado final não atendeu às expectativas criadas pelos indivíduos. A percepção favorável dos resultados é um indício de que a reutilização é uma alternativa de descarte valiosa, que deve ser fomentada cada vez mais.

A pesquisa em tela se limitou à reutilização de bens de vestuário por estudantes universitários. É possível que outros bens possam ser reutilizados através de outras estratégias. Além disso, outros públicos podem ter percepções diferentes. Portanto, em pesquisas futuras podem ser explorados outros contextos de descarte, com outros grupos populacionais e outros tipos de bens.

Modalidades temporárias de descarte e comportamentos de acumulação não chegaram a ser citadas pelos entrevistados entre as opções de descarte e podem ser estudadas em outras pesquisas, analisando também a aplicabilidade do modelo do processo decisório do consumidor nessas ocasiões.

No que diz respeito às relações de aprendizagem do comportamento de descarte durante a vida, também há espaço para aprofundamento futuro no tema. Por fim, a reutilização é uma alternativa que possui potencial para ser combinada com os

demaís tipos de descarte, como a revenda, doação e outros. Nesse sentido, sugere-se investigar essas possibilidades em outros trabalhos.

A seguir, se encontram sintetizados no quadro 12 os resultados obtidos através desse trabalho, bem como as principais sugestões para pesquisas futuras:

Quadro 14 - Objetivos específicos, resultados e sugestões

Objetivos específicos	Resultados	Sugestões
Descrever as percepções dos consumidores sobre as alternativas de descarte;	A percepção sobre as formas de descarte disponíveis se mostrou semelhante às propostas por Jacoby (1977), ainda que não tenham sido citadas as formas de descarte temporárias e a acumulação de bens (guardar).	Explorar as modalidades de descarte temporário (emprestar e alugar) e comportamentos de acumulação.
Analisar as etapas do processo decisório de descarte pelas quais os consumidores passam	Com relação às etapas do processo decisório, o modelo proposto por Vieira et al. (2021) se mostrou muito pertinente, uma vez que os indivíduos demonstraram passar por cada fase descrita.	Analisar a aplicabilidade do modelo em outros contextos de descarte, afim de identificar semelhanças e diferenças nas etapas.
Identificar e caracterizar estratégias adotadas para reutilizar bens de vestuário.	Os consumidores são influenciados a reutilizar pela conveniência, percepção do estado da peça e desejo de evitar o lixo, no caso de bens de vestuário. Os grupos de referência podem influenciar muito na reutilização, tanto na decisão de descartar quando na estratégia a ser utilizada. Quanto às estratégias adotadas para reutilização, estas são personalização, transformação, reparo e mudança de finalidade.	Realizar a pesquisa com outros tipos de bens e explorar a influência do círculo social do indivíduo no comportamento de descarte, especialmente com relação a aprendizagem ao longo do tempo. Além disso, identificar outras estratégias de reutilização a partir da escolha de outros tipos de bens. Explorar as combinações entre as modalidades de descarte, como por exemplo a reutilização voltada para revenda

Quadro 15 - Objetivos específicos, resultados e sugestões

Fonte: elaborado pela autora.

Cabe destacar a diferença conceitual entre as alternativas de descarte disponíveis e a reutilização. Recomenda-se considerar a reutilização como uma alternativa de descarte que abrange o prolongamento do uso de bens, envolvendo ou não alterações físicas, mas sem a troca direta de posse. Outras modalidades como a doação, troca e revenda, por exemplo, já englobam as ocasiões em que a troca de posse dos bens também ocorre.

Ademais, a reutilização também deve ser diferenciada da reciclagem. A reciclagem, segundo Sandin e Peters (2018), envolve processos mecânicos, térmicos e químicos de reprocessamento dos resíduos, convertendo-os em matéria-prima para novos itens. Enquanto isso, a reutilização promove a continuidade do uso aproveitando características prévias dos bens.

REFERÊNCIAS

- AJZENTAL, A. **História do pensamento em Marketing - HPM**. São Paulo: Editora Saraiva, 2010.
- ALLWOOD, J. M. et al. Material efficiency: A white paper. **Resources, conservation and recycling**, v. 55, n. 3, p. 362-381, 2011.
- AQUINO, A. R. et al. **Sustentabilidade ambiental**. 1. ed. - Rio de Janeiro, 2015 Rede Sirius; OUERJ. Disponível em: <
<http://repositorio.ipen.br/bitstream/handle/123456789/25987/21957.pdf?sequence=1> > Acesso em: 20 mar. 2022.
- BARDIN, L. Análise de conteúdo. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições, v. 70, 1977.
- BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W.; ENGEL, J. F. **Consumer behavior**. 10. ed. Mason, Ohio: Thomson South-Western, 2006
- CÉRIO, E.; DEBENEDETTI, A. “Should I give it away or sell it?” A strategic perspective on consumers’ redistribution of their unused objects. **Journal of Business Research**, v. 135, p. 581-591, 2021.
- CHERRIER, H.; TÜRE, M. Value dynamics in ordinary object disposal, **Journal of Business Research**, Volume 116, 2020, Pg. 221-228.
- COOPER, D; SCHINDLER, P. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 12. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016.
- CRESWELL, J. W. **Investigação Qualitativa e Projeto de Pesquisa: Escolhendo entre Cinco Abordagens**. Porto Alegre: Penso Editora, 2014.
- CRUZ-CÁRDENAS, J; GUADALUPE-LANAS, J; VELÍN-FÁREZ, M. Consumer Value Creation Through Clothing Reuse: A Mixed Method Approach to Determining Influential Factors. **Journal of Business Research**. v. 101, p. 846-853.
- CRUZ-CÁRDENAS, J.; GONZÁLEZ, R.; GASCÓ, J. Clothing disposal system by gifting: Characteristics, processes, and interactions. **Clothing and Textiles Research Journal**, v. 35, n. 1, p. 49-63, 2017.
- DEMSAR, V.; BRACE-GOVAN, J. Sustainable disposal and evolving consumer-product relationships. **Australasian Marketing Journal**, v. 25, n. 2, p. 133-140, 2017.
- DE WAGENAAR, D.; GALAMA, J.; SIJTSEMA, S. J. Exploring Worldwide Wardrobes to Support Reuse in Consumers’ Clothing Systems. **Sustainability**, v. 14, n. 1, p. 487, 2022.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **Economia Circular**, c2017. Disponível em: <https://archive.ellenmacarthurfoundation.org/pt/economia-circular/conceito>. Acesso em 26 ago 2022.

ENGEL, J.; BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W. **Comportamento do consumidor**. 9ª ed. Rio de Janeiro: Editora Cengage Learning, 2011.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed editora, 2008.

FOXALL, G. R. Radical behaviorist interpretation: Generating and evaluating an account of consumer behavior. **The behavior analyst**, v. 21, n. 2, p. 321-354, 1998.

GEISSDOERFER, M. et al. The Circular Economy—A new sustainability paradigm?. **Journal of cleaner production**, v. 143, p. 757-768, 2017.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2022.

GIL, A. C. **Como Fazer Pesquisa Qualitativa**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2021.

GUEST, G.; BUNCE, A.; JOHNSON, L. How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. **Field methods**, v. 18, n. 1, p. 59-82, 2006.

HOLBROOK, M. B. et al. **Consumer value: A framework for analysis and research**. New York: Routledge, 1999.

HU, Z. et al. Sustainable rent-based closed-loop supply chain for fashion products. **Sustainability**, v. 6, n. 10, p. 7063-7088, 2014.

IEMI. **Mês do Consumidor e Perspectivas para o Varejo de Vestuário**. IEMI, 2022. Disponível em: <<https://www.iemi.com.br/mes-do-consumidor-e-perspectivas-para-o-varejo-de-vestuario/>> Acesso em: 19 mar. 2022.

JACOBY, J; BERNING, C. K; DIETVORST, T. F. What about disposition? **Journal of Marketing**, v. 41, n. 2, p. 22-28, abr, 1977.

JOUNG, H.; PARK-POAPS, H. Factors motivating and influencing clothing disposal behaviours. **International Journal of consumer studies**, v. 37, n. 1, p. 105-111, 2013.

KAZA, S. et al. **What a waste 2.0: a global snapshot of solid waste management to 2050**. World Bank Publications, 2018.

KIRCHHERRÝ, J.; REIKE, D.; HEKKERT, M. Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. **Resources, conservation and recycling**, v. 127, p. 221-232, 2017.

KOTLER, P., KELLER, K. **Administração de marketing**: a bíblia do marketing. 12ª edição. 2006, pg. 171-203.

LAITALA, K. Consumers' clothing disposal behaviour - a synthesis of research results. **International Journal of Consumer Studies**, v. 38, n. 5, p. 444-457, set, 2014.

LEGNAIOLI, S. **O que é economia linear e seus impactos?** ECycle. Disponível em: <<https://www.ecycle.com.br/economia-linear/>>. Acesso em: 15 mar. 2022.

LIN, D.; WAMBERSIE, L.; WACKERNAGEL, M. **Estimating the Date of Earth Overshoot Day 2021**. Nowcasting the World's Footprint & Biocapacity for 2021, Global Footprint Network, 2021. Disponível em: <<https://www.overshootday.org/content/uploads/2021/07/Earth-Overshoot-Day-2021-Nowcast-Report.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2022.

NOH, M. Understanding the Effect of Information Sources on College Students' Recycling/Reuse Behavior towards Clothing and Textile Products. **Sustainability**, v. 13, n. 11, p. 6298, 2021.

NORUM, P. S. Towards sustainable clothing disposition: Exploring the consumer choice to use trash as a disposal option. **Sustainability**, v. 9, n. 7, p. 1187, 2017.

PANORAMA de resíduos sólidos no Brasil 2021. **ABRELPE**, 2021. Disponível em: <<https://abrelpe.org.br/panorama/>>. Acesso em: 15. Mar. 2022.

PEARCE, D. W.; TURNER, R. K. **Economics of natural resources and the environment**. Johns Hopkins University Press, 1990.

PUENTE, B. Brasil descarta mais de 4 milhões de toneladas de resíduos têxteis por ano. CNN Brasil, Rio de Janeiro, 03/06/2022. Disponível em: <[REIKE, D.; VERMEULEN, W. J. V.; WITJES, S. The circular economy: new or refurbished as CE 3.0? - Exploring controversies in the conceptualization of the circular economy through a focus on history and resource value retention options. **Resources, Conservation and Recycling**, v. 135, p. 246-264, 2018.](https://www.cnnbrasil.com.br/business/brasil-descarta-mais-de-4-milhoes-de-toneladas-de-residuos-texteis-por-ano/#:~:text=Brasil%20descarta%20mais%20de%204%20milh%C3%B5es%20de%20toneladas%20de%20res%C3%ADduos%20t%C3%AAxteis%20por%20ano,-%C3%8Dndice%20de%20descarte&text=Roupas%20velhas%2C%20retalhos%20da%20ind%C3%BAstria,todos%20os%20res%C3%ADduos%20produzidos%20pa%C3%ADs.> https://www.cnnbrasil.com.br/business/brasil-descarta-mais-de-4-milhoes-de-toneladas-de-residuos-texteis-por-ano/#:~:text=Brasil%20descarta%20mais%20de%204%20milh%C3%B5es%20de%20toneladas%20de%20res%C3%ADduos%20t%C3%AAxteis%20por%20ano,-%C3%8Dndice%20de%20descarte&text=Roupas%20velhas%2C%20retalhos%20da%20ind%C3%BAstria,todos%20os%20res%C3%ADduos%20produzidos%20pa%C3%ADs.> Acesso em: 09 set. 2022.</p></div><div data-bbox=)

REUTILIZAR. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2022. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/reutilizar/>>. Acesso em: 06/04/2022.

ROOS, Sandra et al. Environmental assessment of Swedish fashion consumption. **Five garments–sustainable futures. Mistra Future Fashion**, 2015.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. B. **Metodologia de pesquisa**. Porto Alegre: Penso Editora, 2013.

SANDIN, G.; PETERS, G. M. Environmental impact of textile reuse and recycling–A review. **Journal of cleaner production**, v. 184, p. 353-365, 2018.

SARIGÖLLÜ, E.; HOU, C.; ERTZ, M. Sustainable product disposal: Consumer redistributing behaviors versus hoarding and throwing away. **Business Strategy and the Environment**, v. 30, n. 1, p. 340-356, 2021.

SARJA, M., Onkila, T., & Mäkelä, M. A systematic literature review of the transition to the circular economy in business organizations: Obstacles, catalysts and ambivalences. **Journal of Cleaner Production**, 2021, pg. 286

SORDI, José Osvaldo D. **Desenvolvimento de Projeto de Pesquisa, 1ª edição**. São Paulo: Editora Saraiva, 2017.

TÜRE, M. Value-in-disposition: Exploring how consumers derive value from disposition of possessions. **Marketing Theory**, v. 14, n. 1, p. 53-72, 2014.

VIEIRA, D. M., et al. **O modelo do processo decisório do consumidor para o descarte de bens**. In: XXIV Seminários em Administração - SEMEAD, 2021, São Paulo. Anais, novembro de 2021. Disponível em: <<https://login.semead.com.br/24semead/anais/arquivos/596.pdf?>>. Acesso em 17 ago. 2022.

VIEIRA, Diego Mota; FONSECA, Lianne Gonçalves. O comportamento dos consumidores em relação ao descarte de bens de valor emocional e hedônico. **ReMark - Revista Brasileira de Marketing**, v. 20, n. 3, 2021.

WANG, B.; FU, Y.; LI. Young consumers' motivations and barriers to the purchase of second-hand clothes: An empirical study of China. **Waste Management**, v. 143, p. 157-167, 2022.

YOSHIDA, H.; SHIMAMURA, K.; AIZAWA, H. 3R strategies for the establishment of an international sound material-cycle society. **Journal of Material Cycles and Waste Management**, v. 9, n. 2, p. 101-111, 2007.

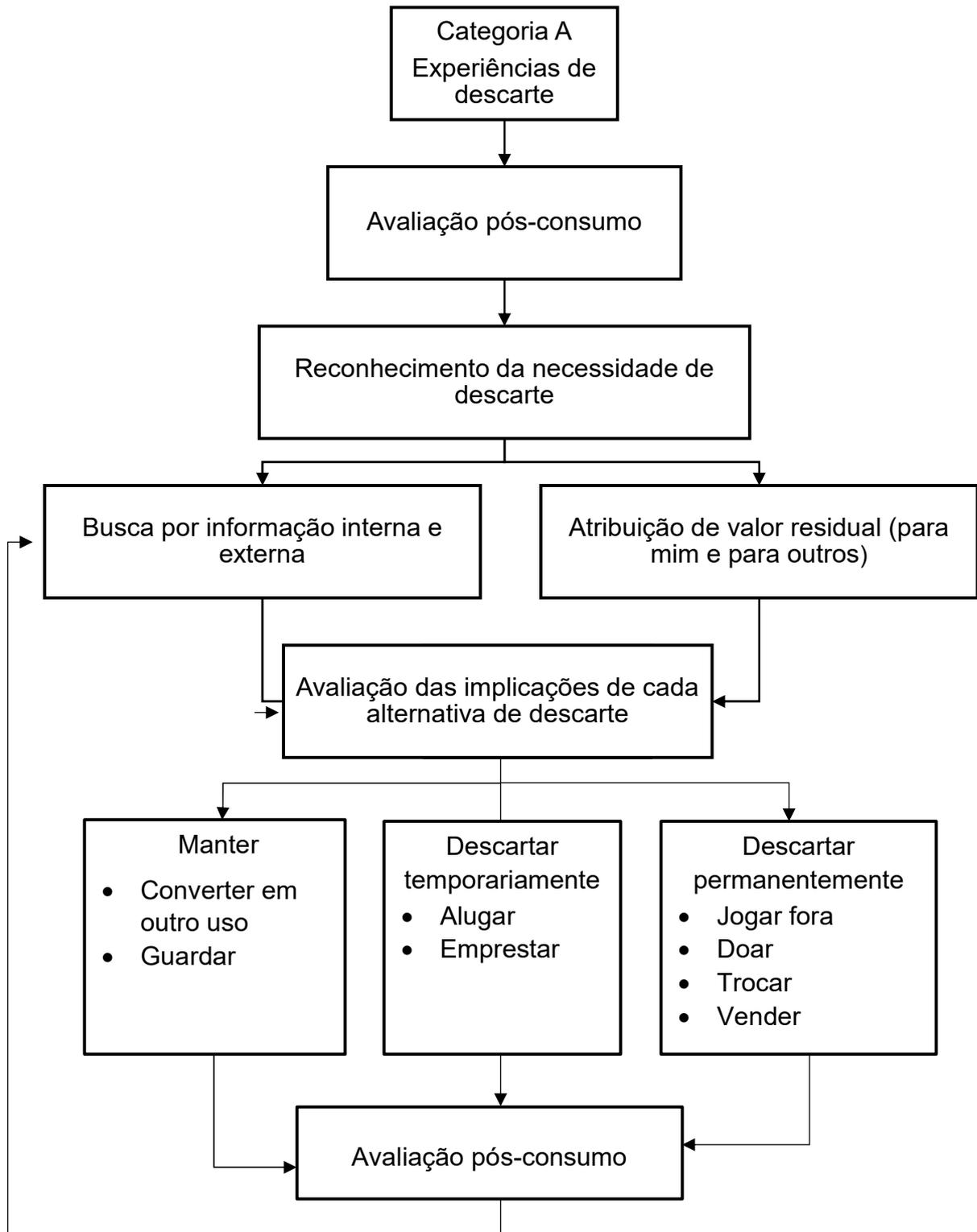
ZAMANI, B.; SANDIN, G.; PETERS, G. M. Life cycle assessment of clothing libraries: can collaborative consumption reduce the environmental impact of fast fashion?. **Journal of cleaner production**, v. 162, p. 1368-1375, 2017.

APÊNDICES

Apêndice A – Árvore de categorias

Categoria A: Experiências de descarte de bens de vestuário

Modelo decisório de descarte proposto por Vieira et al. (2021).



“Na sua percepção, quais opções uma pessoa possui para se desfazer de bens que não queiram mais? Como você costuma descartar bens de vestuário?”

Avaliação Pós-Consumo: Não identificado nas respostas.

Reconhecimento da necessidade de descarte: “Eu primeiro avaliaria o quão conservado está esse dito bem, porque pode ser que, considerando o estado dele, ainda possa ser passado para alguém, mas caso não esteja em estado de uso, reciclagem provavelmente seria a melhor solução” (entrevistado 1), “passam várias possibilidades de como eu vou poder reutilizar aquilo. Ao invés de descartar de uma vez, vejo várias possibilidades e maneiras de que eu possa usar para não descartar de vez” (entrevistado 5), “Eu acho que depende da vida útil do bem, né. Se eu tenho uma peça que foi pouco utilizada, eu acho que cabe uma venda, uma troca numa outra peça... Quando você vê que é uma peça que já tá um pouco desgastada, acho que cabe mais a doação” (entrevistado 11).

Busca por informação:

- Internos: “Em lugar nenhum” (entrevistado 9).
- Externos: “Na internet. A gente aprende muito com a internet, não é. Hoje em dia a gente tem muitos meios e pessoas que influenciam a fazer a reutilização” (entrevistado 5), “Eu pedi ajuda da minha prima. A gente cortou a calça, fez um desfiadinho, olhando no YouTube mesmo” (entrevistado 11).

Atribuição de valor residual:

- Para mim: “Acho que a qualidade do jeans tava boa, só que a barra já tava um pouco desgastada, e pela falta do short. A gente precisa de um short e não de uma calça, aí a gente cortou” (entrevistado 11).
- Para outros: “Normalmente eu sempre prefiro vender, até mesmo porque, quando para mim não serve mais, é quando já faz três ou quatro meses que eu não uso aquela peça, então eu já escolho vender ele, já para não perder um valor, entendeu?” (entrevistado 7).

Avaliação das implicações para cada alternativa de descarte:

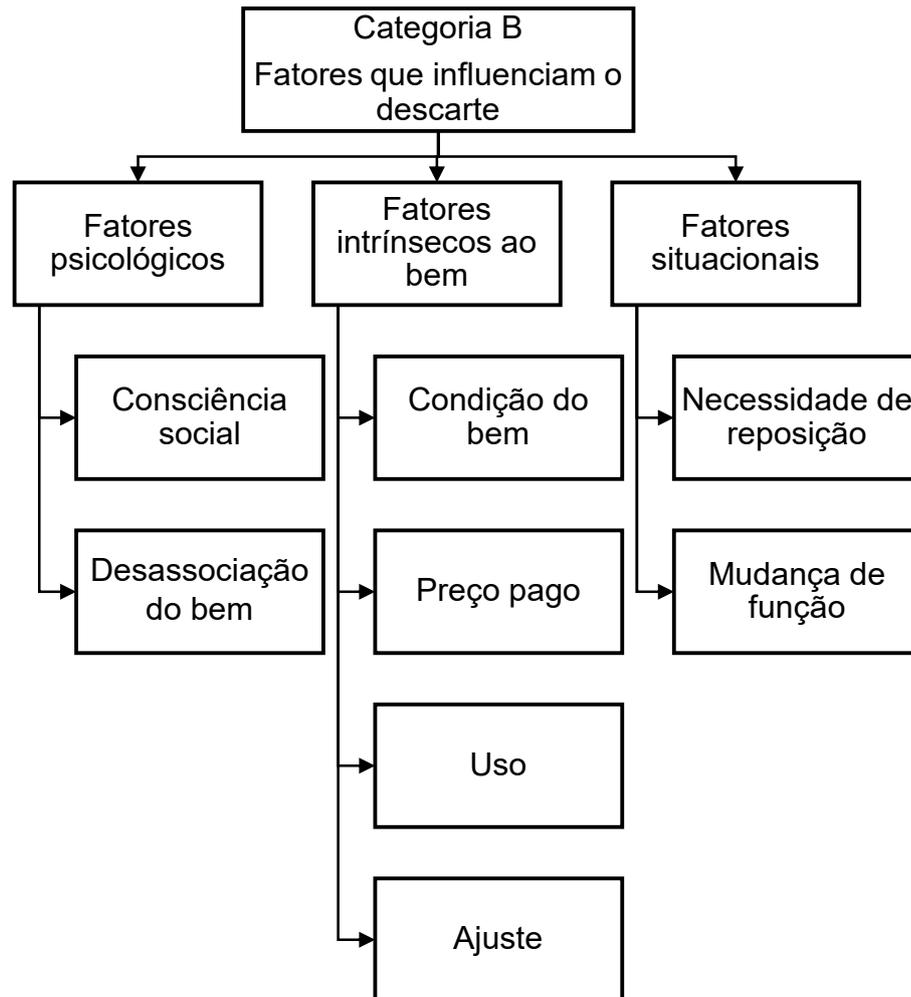
- Manter:
 - Converter em outro uso: "Doação, revenda, utilizar para uma outra coisa" (entrevistado 3); "Reutilizar em primeiro nível e no último, uma doação" (entrevistado 4), "Creio que reutilizar de uma forma que eu possa reutilizar mais vezes de uma forma diferente" (entrevistado 5).
 - Guardar: Não identificado nas respostas.
- Descartar temporariamente
 - Alugar: Não identificado nas respostas.
 - Emprestar: Não identificado nas respostas.
- Descartar permanentemente:
 - Jogar fora: "Se for algo que é inutilizado, o melhor jogar fora" (entrevistado 9), "se não dá nem para doar, infelizmente não tem o que fazer né, descarta" (entrevistado 10).
 - Doar: "Eu dou para quem está precisando" (entrevistado 6)
 - Trocar: "uma venda, uma troca numa outra peça" (entrevistado 11), "vender, doar, trocar por outro bem de igual valor ou valor equivalente..." (entrevistado 15).
 - Vender: " Eu acho que eu sou empreendedor desde sempre né, então eu já compro algo pensando em futuramente vender. Um exemplo: eu pego e compro um tênis. Eu sei até onde é aquele produto vai suprir a minha necessidade. Quando vejo que para mim já não serve mais, eu vendo por um valor menor para poder juntar e comprar outro" (entrevistado 7), "faço doação ou desapega, mas nunca joguei fora" (entrevistado 12).

Avaliação Pós-descarte: "Foi ruim porque eu era muito apegada a essa blusa, mas por outro lado foi bom, porque eu preciso de panos para limpar o chão" (entrevistado 2), "Ah, muito bem! Eu estava precisando de paninhos. Dá uma sensação boa achar um pano que não deixa pó nas coisas" (entrevistado 3), "Tipo eu com roupas que eu desapego assim, eu vou doar roupas que já estão antigas e tal, que eu vou doar praticamente todas, eu fico feliz quando eu vou doar para alguém, um pessoal assim que precisa realmente. Eu acho bem gratificante, porque mesmo que... Sei lá, eu posso não ter muito, mas tem gente que vai ter menos. Então eu doar para a pessoa,

eu acho legal. Para mim, eu acho legal” (entrevistado 12), “eu não gostei do resultado. Depois ficou manchando as coisas, não podia lavar junto com outras roupas... Não gostei, não foi uma experiência legal” (entrevistado 14).

Categoria B: fatores que influenciam o descarte

Categorias baseadas em Jacoby, Berning e Dietvorst, 1977.



“O que mais influencia o método de descarte escolhido para bens de vestuário?”

Fatores psicológicos:

- Consciência social: “passar para alguém que tem uma condição inferior a você é melhor do que jogar fora você” (entrevistado 6)
- Desassociação do bem: “eu não consigo mais me associar a este bem de vestuário, que eu não me sinto mais bem usando” (entrevistado 1), “Eu faço doação ou... Se motivo foi “enjoei”, ainda tá relativamente novo e eu tô

precisando de dinheiro, eu vendo" (entrevistado 10).

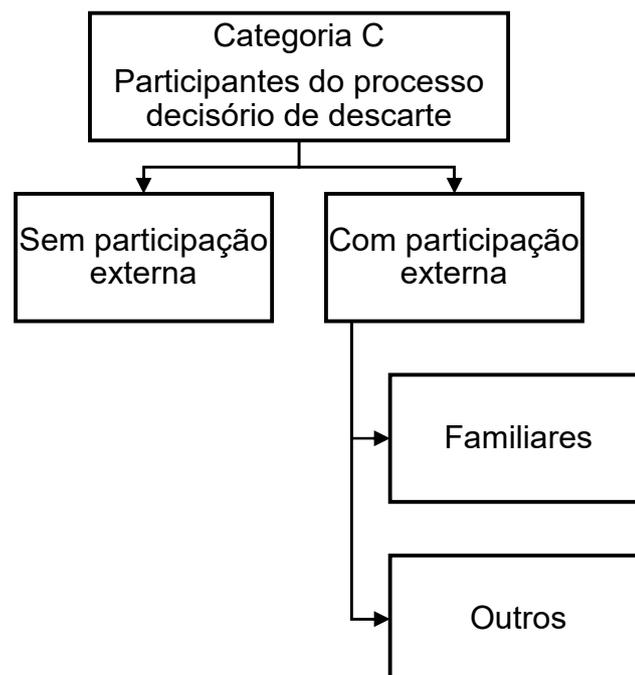
Fatores intrínsecos ao bem:

- Condição do bem: "O estado de conservação" (entrevistado 2), "dependendo do estado em que está, eu costumo fazer doação" (entrevistado 7).
- Preço pago: "o quanto eu paguei" (entrevistado 3).
- Uso: "Não estou mais utilizando" (entrevistado 9), "já não são de uso cotidiano" (entrevistado 15)
- Ajuste: "não tá mais servindo de alguma forma" (entrevistado 10)

Fatores situacionais:

- Necessidade de reposição: "Quando vejo que para mim já não serve mais, eu vendo por um valor menor para poder juntar e comprar outro" (entrevistado 7).
- Mudança de função: "vejo várias possibilidades e maneiras de que eu possa usar para não descartar de vez" (entrevistado 5), "ou então uso como pano de chão, para limpar o carro, essas coisas" (entrevistado 4).

Categoria C: Participantes no processo decisório de descarte



“Alguém mais participa desse processo de descarte dos seus bens de vestuário?”

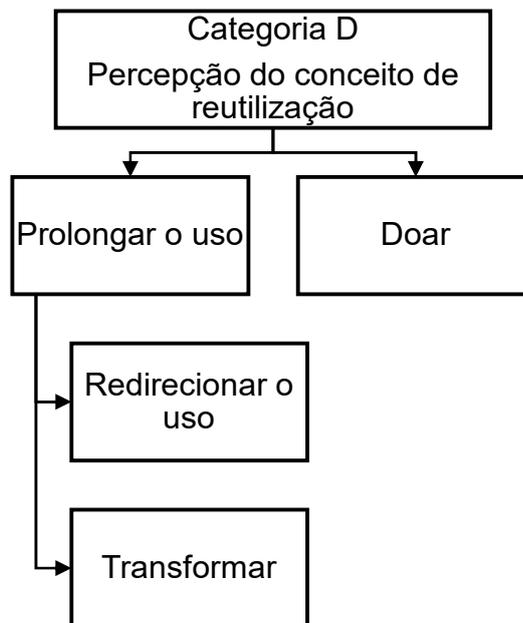
Sem participação externa: "Fica por minha conta" (entrevistado 1), "Geralmente eu escolho mesmo" (entrevistado 5), "Não, só eu" (entrevistado 9).

Com participação externa:

- Familiares: "Meu pai" (entrevistado 3), "Minha mãe. Precisa passar por ela primeiro" (entrevistado 4), "Às vezes minha mãe" (entrevistado 15).
- Outros: Não identificado nas respostas.

Categoria D: Percepção do conceito de reutilização

Baseado em Reike, Vermeulena E Witjes (2018)



“O que você entende por reutilização como alternativa de descarte?”

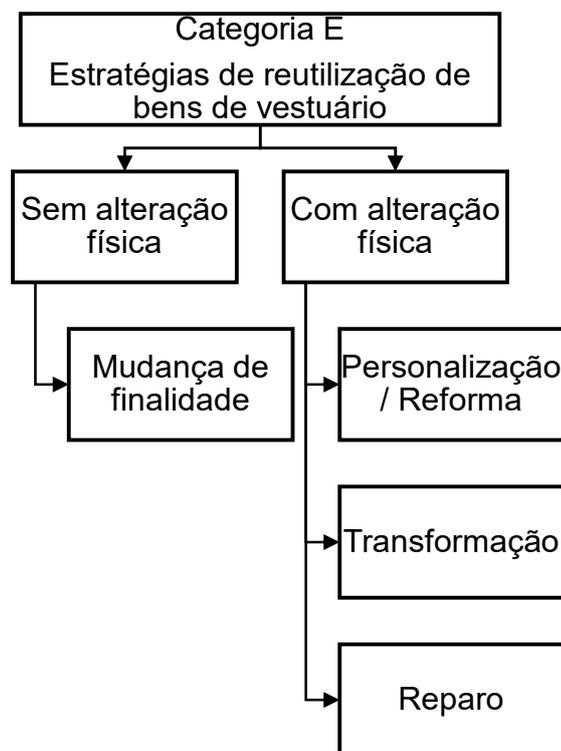
Prolongar o uso:

- Redirecionar o uso: “dar um outro objetivo, outra finalidade para o objeto que você possui” (entrevistado 2), “Sei lá, passa na cabeça um vestido longo que posso usar como uma saia ou como vestido... Isso seria reutilizar para mim” (entrevistado 5), “é reaproveitar da melhor forma possível aquilo ali que já deixou de ter um determinado uso” (entrevistado 10).

- Transformar: "acredito que seja pegar uma roupa que ainda te sirva, que não te agrada, você vai lá e faz uma mudança nela" (entrevistado 6), "É pegar algo que não esteja usando e transformar de uma forma que dê para usar de outra forma, dar uma nova cara, um novo jeito..." (entrevistado 8), "pegar algo que alguém não usa e transformar em algo que seja útil para você" (entrevistado 12).

Doar: "Seria a questão de doação, né. O que não me serve eu posso dar para alguém que possa servir para essa pessoa" (entrevistado 7), "Você vai estar passando o antigo para alguém que vai ser o novo, uma coisa do tipo" (entrevistado 13).

Categoria E: Estratégias de reutilização de bens de vestuário



“Você se recorda de algum bem de vestuário que tenha reutilizado? Como você o reutilizou? Descreva o processo detalhadamente”

Sem alteração física:

- Mudança de finalidade: “eu tenho uma camiseta rosa, que antes eu usava ela mais para sair, tudo mais, e agora ela é meu pijama favorito” (entrevistado 3), “Eu estava precisando de uma blusinha e aí eu falei

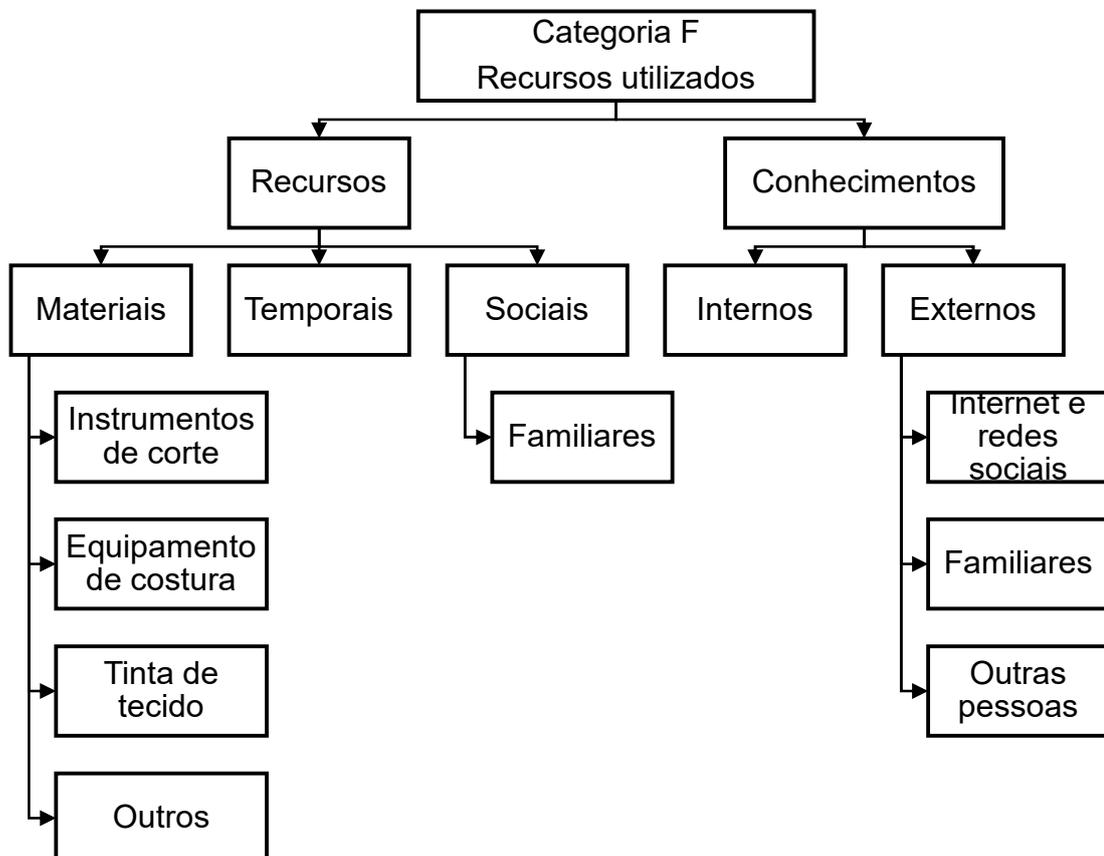
assim “ah, eu acho que com uma saia aqui em cima desse vestido ninguém vai perceber que é um vestido, é uma blusinha” (entrevistado 5)

Com alteração física:

- Personalização/reforma: "Eu tirei todas essas partes assim, das juntas da roupa que tem a linha, e aí depois que a gente corta ela fica meio que se desfazendo, né. Aí eu pedi para ela dar um pontinho aqui em cima onde eu cortei" (entrevistado 10).
- Transformação: “uma calça que eu transformei em bermuda” (entrevistado 8), “fazendo durag*”, “precisei cortar a parte do meio” (entrevistado 9).
- Reparo: "Sim, minha calça preta moletom”, "peguei a linha e tentei fazer" (entrevistado 1). “Eu já pintei. Eu lembro que eu fervia uma água e jogava um pozinho, colocava a roupa" (entrevistado 14).

Categoria F: Recursos utilizados

Categorias adaptadas de Cério e Debenedetti, 2021.



“Onde você buscou informações sobre como reutilizar esse bem? Que recursos você empregou para reutilizá-lo?”

Recursos:

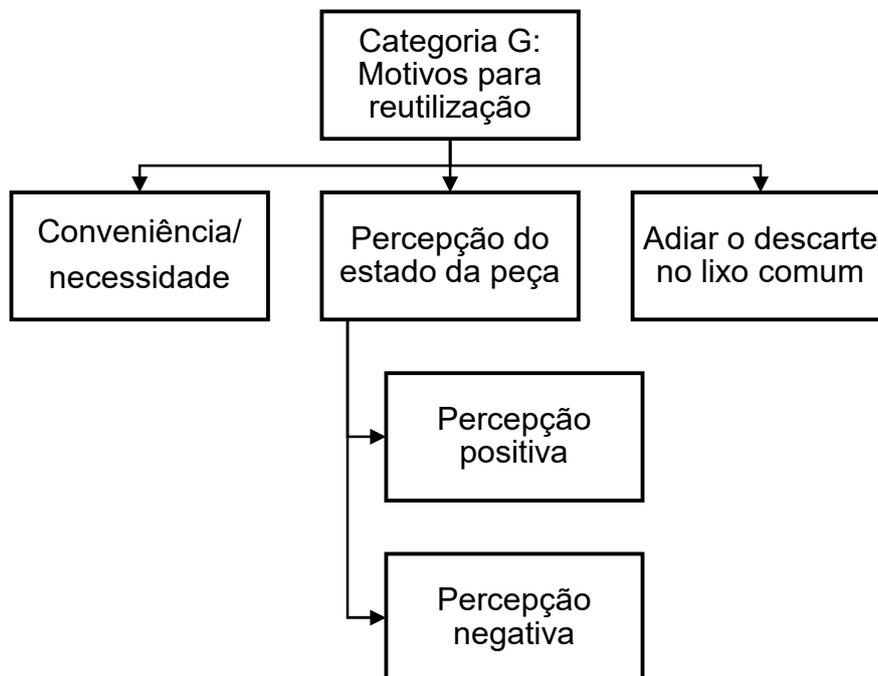
- Materiais:
 - Instrumentos de corte: “Tesoura para cortar a blusa no meio e deixar um formato de pano” (entrevistado 2), “Sim... Uma faca” (entrevistado 3).
 - Equipamentos de costura: “máquina de costura dela e um monte de linha” (entrevistado 12)
 - Tinta de tecido: “Sim, tinta de tecido mesmo. Eu lembro que eu fervia uma água e jogava um pozinho, colocava a roupa, era assim” (entrevistado 14).
 - Outros: “a única coisa que eu fiz foi inserir uma saia midi em cima e aí não deu para aparecer o vestido, ficou como uma blusa. Não tive que fazer cortes ou algo do tipo” (entrevistado 5).
- Temporais: Não identificado nas respostas.
- Sociais:
 - Familiares: “Minha tia é costureira e aí eu pedi só para ela... Eu tirei todas essas partes assim, das juntas da roupa que tem a linha, e aí depois que a gente corta ela fica meio que se desfazendo, né. Aí eu pedi para ela dar um pontinho aqui em cima onde eu cortei” (entrevistado 10). “Eu pedi ajuda da minha prima. A gente cortou a calça, fez um desfiadinho, olhando no YouTube mesmo” (entrevistado 11).

Conhecimentos:

- Internos: “Em lugar nenhum” (entrevistado 9).
- Externos:
 - Internet e redes sociais: “Na internet. A gente aprende muito com a internet, não é. Hoje em dia a gente tem muitos meios e pessoas que influenciam a fazer a reutilização” (entrevistado 5), “No Youtube” (entrevistado 10), “Na internet” (entrevistado 14).

- Familiares: "Eu aprendi em casa com a minha mãe" (entrevistado 1), "eu vejo minha mãe pegando roupas velhas para usar de pano de chão" (entrevistado 2).
- Outras pessoas: "TV, minha mãe e outras pessoas" (entrevistado 5), "Internet, uma tia minha faz isso, minha sogra também costura" (entrevistado 6), "A parte de pano de chão eu aprendi com a minha ex sogra. Ela já utilizava. O pessoal do nordeste costuma reaproveitar quase tudo, então aprendi essa parte com ela" (entrevistado 15).

Categoria G: Motivos para reutilização



"Porque você decidiu reutilizar tal peça?"

Conveniência/necessidade: "Eu estava precisando de uma blusinha e aí eu falei assim "ah, eu acho que com uma saia aqui em cima desse vestido ninguém vai perceber que é um vestido, é uma blusinha" (entrevistado 5), "Porque era do mesmo material da durag* praticamente" (entrevistado 9), "foi mais voltado para sair no carnaval" (entrevistado 11).

Percepção do estado da peça:

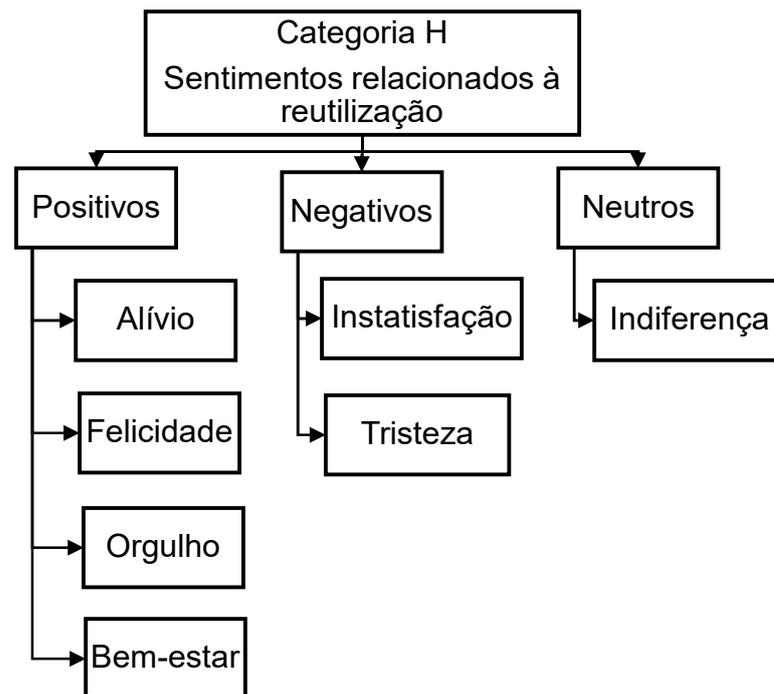
- Percepção positiva: "está num estado de uso bom e, considerando que foi um

rasgo mínimo, eu não achei que havia a necessidade de descartar ela" (entrevistado 1), "Porque ainda dava para aproveitar bem a peça" (entrevistado 8), "a qualidade do jeans tava boa" (entrevistado 11).

- Percepção negativa: "porque era uma blusa que estava em um estado de conservação bem estranho" (entrevistado 2), "Eu estava sem camisa para dormir, eu vi que ela era a mais velhinha de todas e aproveitei ela." (entrevistado 4).

Adiar o descarte no lixo comum: "eu não conheço muitos lugares que aceitam doação, essas coisas, então a outra opção era jogar no lixo. Eu não achei um descarte necessário ainda" (entrevistado 3), "chega naquele estágio de ou vira pano de chão ou vai para o lixo" (entrevistado 15).

Categoria H: Sentimentos relacionados à reutilização



"Como você se sentiu ao reutilizar esse item?"

Sentimentos positivos

- Alívio: "Quando eu estava costurando, eu só estava torcendo para tudo dar certo, para não ficar torta nem nada. Quando eu usei não senti nenhuma

diferença de quando ela era nova, então foi um alívio, fiquei feliz até.” (entrevistado 1)

- Felicidade: "Ah, muito feliz! Pagar caro numa peça e você não utilizar ela, e ela ficar guardada durante um ano no guarda-roupa, e você pegar ela e reutilizar ela, é bom demais!" (entrevistado 6), "Foi bem divertido. Foi uma experiência única e engraçada. Desperta o criativo" (entrevistado 11), "Eu achei o máximo. Foi muito legal. É como se você tivesse uma peça nova" (entrevistado 5).
- Orgulho: "muito artista! Mande para todas as minhas amigas" (entrevistado 10).
- Bem-estar: "Ah, muito bem! Eu estava precisando de paninhos" (entrevistado 3), "Bem, não precisei gastar" (entrevistado 4),

Sentimentos negativos

- Insatisfação: "eu não gostei do resultado. Depois ficou manchando as coisas, não podia lavar junto com outras roupas... Não gostei, não foi uma experiência legal" (entrevistado 14).
- Tristeza: "Foi ruim porque eu era muito apegada a essa blusa, mas por outro lado foi bom, porque eu preciso de pano para limpar o chão" (entrevistado 2).

Sentimentos neutros

- Indiferença: "Normal..." (entrevistado 8), "foi bem tranquilo, para mim não tem um valor sentimental" (entrevistado 13).