

A roupa velha e a moda: design, cultura e sustentabilidade

*Josana Mattedi Prates Dias
Rita de Castro Engler*

RESUMO

O presente artigo investiga como a moda, fenômeno comumente caracterizado pela efemeridade, poderia se apresentar como duração e permanência. A busca pela manifestação paradoxal do fenômeno se dá no contexto em que o desejo pelo novo coloca em risco o futuro da vida no planeta. A novidade, especialmente na indústria da moda, estimula o descarte e gera resíduos. A pesquisa é qualitativa, aplicada e explicativa, com estudo de caso. O referencial teórico discute a insustentabilidade do modo de vida atual, instituído pela cultura do consumo que se estabelece junto da moda e da comunicação em massa, das narrativas que valorizam o novo. A atuação da designer Bianca Poppi em seu brechó compõe o caso de estudo. Por meio de textos bordados nas roupas, ou veiculados nas redes sociais, a designer reinventa a roupa e a moda, divulga outras narrativas nas quais velho e novo se articulam em peças únicas, preciosas e, quem sabe, atemporais.

Palavras-chave: Moda; Cultura; Sustentabilidade.

OLD CLOTHES AND FASHION: DESIGN, CULTURE, AND SUSTAINABILITY

Abstract

This article investigates how fashion, commonly characterized by its transience, could be presented as something lasting and permanent. The search for this paradoxical manifestation of fashion takes place in a context where the desire for newness risks the future of life on the planet. The novelty, especially in the fashion industry, encourages disposal and generates waste. It consists of qualitative, applied and explanatory research, with a case study. The theoretical framework addresses the unsustainability of our current lifestyle, formed by a consumer culture established through fashion and communication, with narratives that prize newness. The work of designer Bianca Poppi on her thrift store is the focus of our case study. Through texts embroidered on clothes or shared on social media, the designer reinvents clothes and fashion, and promotes other narratives where old and new are expressed in unique, precious, and perhaps timeless pieces.

Keywords: Fashion; Culture; Sustainability.

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo aborda o obsoleto, o velho e o ultrapassado como matérias para a constituição da moda. O objetivo é compreender como a moda, fenômeno comumente caracterizado pela efemeridade, poderia se apresentar como duração e permanência. A busca pela manifestação paradoxal do fenômeno se dá em um contexto no qual o desejo pelo novo gera inúmeros problemas socioambientais, colocando em risco o futuro da vida no planeta. Além do consumo de recursos e de gerar grandes volumes de lixo têxtil, a moda é responsável por um novo colonialismo a partir de seus resíduos. Como promotora de novas ideias e comportamentos, poderia a moda divulgar outras formas de vida nas quais a novidade não seria algo a ser brevemente descartado? Poderia a moda fomentar uma cultura do cuidado?

Para desenvolver as questões propostas, a pesquisa se estrutura metodologicamente de forma qualitativa, aplicada e explicativa, com um estudo de caso. O referencial teórico discute a relação entre cultura do consumo, moda e comunicação. A cultura do consumo, de acordo com Isleide Arruda Fontenelle (2017), define o modo de vida muito próprio do capitalismo global. Seu início, em meados do século XIX, é decorrente das revoluções industrial e burguesa. O contínuo funcionamento e a expansão do empreendimento industrial são dependentes da estruturação do consumo como cultura ao longo dos séculos XX e XXI (Fontenelle, 2017). Para tanto, várias disciplinas, como o design e a psicanálise, assim como outros recursos humanos e técnicos, foram e são utilizados no desenvolvimento dessa cultura que cria desejos em forma

de mercadorias (Fontenelle, 2017). Nela, as identidades individuais e coletivas são constituídas pela capacidade de consumo dos sujeitos.

A moda, para Gilles Lipovetsky (1989), caracterizada pelas mudanças que lhes são próprias, ocupa um lugar central na contemporaneidade, associada à comunicação de massa. Juntas, divulgam o que deve ser usado, o que é moda e o que deve cair em desuso. Como bem observou Roland Barthes (2009), o sistema da moda, para além da roupa, configura-se como narrativa. Todos esses discursos que divulgam novos desejos são fundamentais para a legitimação da obsolescência que mantém e amplia a produção e o consumo. As tecnologias digitais, para Byung-Chul Han (2022) e Jonathan Crary (2016; 2023), potencializaram ainda mais as capacidades de produção, consumo e também de descarte e exploração de recursos. É por esse motivo que tal modo de vida se torna insustentável e ameaçador. É urgente repensar o design, a moda e a cultura do consumo.

No campo do design, Tony Fry (2009) propõe a reconstrução do design e de todas as profissões que conformaram a cultura industrial e acomodaram a modernidade. A transformação demandará inúmeros sacrifícios, conhecimento e escolha democrática de todas as etapas do processo produtivo – da extração de recurso ao descarte. Ao conformar a vida por meio de espaços e objetos, o design terá um papel primordial nessa transformação. Ezio Manzini (2017), por sua vez, acredita na ação cotidiana do designer para a promoção da inovação social e construção coletiva de formas sustentáveis de vida.

Nesse cenário, os brechós surgem como oportunidade de negócio e lugar de consumo consciente, como mostram os estudos realizados pela Câmara de Dirigentes Lojistas – CDL (Economia, 2024), pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (Pesquisa, 2024) e pelo Inova Moda Digital (Modelos, 2024). No universo dos brechós, a pesquisa de campo investiga o trabalho da designer de moda Bianca Poppi, que estimula uma nova relação com as roupas e o consumo. Além do garimpo de peças antigas e da confecção de novas roupas, a partir das usadas, a designer borda pequenos textos, geralmente, em camisas de algodão e de linho. Ela cria uma narrativa sobre a moda e a vida, transformando o que era velho em algo único e precioso, pois é marcado pelo bordado, que virou uma espécie de assinatura. Muitas vezes, os bordados encobrem pequenos furos ou manchas. Os textos são curtos, poéticos e filosóficos, feitos com bordado simples. Um deles, “roupa velha futurista” (Poppi, 2023a), visto na Figura 1, sintetiza a prática reflexiva da designer, que já foi citada por importantes revistas de moda, como *Vogue*, *Elle*, *Glamour* e *Cláudia* (Grupo, 2023).



Figura 1 Bordado sobre camisa de linho.

Fonte: Poppi (2023a).

Para abordar o fazer cotidiano e as ideias da designer, o estudo analisa as publicações disponíveis no Instagram @_apoppi, criado em outubro de 2015, com cerca de 20 mil seguidores, e que apresenta as publicações do brechó de Poppi, com informações sobre os endereços físico e virtual. A apresentação realizada pela designer no terceiro encontro do Grupo de Estudos de Economia Circular do CEDTec, da Escola de Design da Universidade Estadual de Minas Gerais – UEMG (Grupo, 2023), também serve como fonte de pesquisa. O que se observa, tanto nas publicações digitais quanto em sua fala, é uma preocupação com o futuro do planeta. Como designer de moda, ela compreende a importância da narrativa e de sua divulgação midiática e faz isso quase que diariamente por meio da rede social. A mensagem divulgada envolve uma relação cuidadosa com as roupas, com as pessoas e com a vida a seu redor.

2. MODA, CULTURA E SUSTENTABILIDADE

A cultura do consumo, segundo Fontenelle (2017), define o modo como se vive hoje no contexto do capitalismo global. Seu início, no século XIX, está diretamente ligado às revoluções industrial e burguesa, bem como a uma nova forma de produção e um novo modelo social, este supostamente dotado de liberdade e mobilidade. Nessa cultura, as identidades se conformam a partir do consumo. O acesso a outros mundos e outros referenciais está diretamente relacionado ao poder de consumo. O desenvolvimento e a consolidação da cultura do consumo, ao longo dos séculos XX e XXI, segundo Fontenelle (2017), requereram recursos técnicos, humanos e várias discipli-

nas – como arquitetura, engenharia, design, marketing, publicidade, psicanálise, entre outras – para criar novos desejos em forma de produtos e manter o gigantesco empreendimento da indústria em funcionamento.

A atual presença hegemônica da moda está diretamente atrelada à cultura do consumo. Lipovetsky (1989) localiza a emergência da moda no final da Idade Média, caracterizada pelo vestuário artesanal, aristocrático, “espantoso dispositivo de distinção social ao porte das novidades sutis”. Mas é no contexto das sociedades contemporâneas que a moda passa a ocupar um lugar central e inédito “nas democracias engajadas no caminho do consumo e da comunicação de massa” (Lipovetsky, 1989, p. 12). Há uma extraordinária generalização da moda, numa sociedade “reestruturada de ponta a ponta pela sedução e pelo efêmero, pela própria lógica da moda” (Lipovetsky, 1989, p. 12). Como sistema, descrito e analisado por Roland Barthes (2009), a moda vai além da roupa e se constitui como narrativa divulgada midiaticamente que passa a pautar a vida e os comportamentos.

Recentemente, a cultura do consumo e a moda foram potencializadas pela digitalização da informação. A criação, a produção e o consumo podem ocorrer de forma ininterrupta dada a capacidade de funcionamento do digital e da inteligência artificial. Para Han (2022, p. 45), “o mundo se torna totalmente disponível e consumível no momento em que é objetificado como imagem” e se disponibiliza nas telas. Brilhantes e sem atrito, as telas atraem, estimulam e codificam o olhar de forma a alimentar os algoritmos, enredando os sujeitos, seus afetos e desejos, em estruturas viciantes, segundo Crary (2023). Nas telas, não há dia, não há noite e, muitas vezes, elas isolam os sujeitos, desconectando-os dos lugares e do convívio presencial. Para Crary (2016), no capitalismo digital, os tempos do trabalho, do lazer e do consumo se transformam em realidades sem fim e, por esse motivo, ameaçam a vida no planeta.

No campo do design, o envolvimento direto nos processos de criação, produção e consumo e o conhecimento dos impactos, em especial dos ambientais, proporcionam importantes questionamentos. O modelo que acomodou a modernidade e a produção industrial, criando o modo de vida atual, é insustentável de acordo com Fry (2009). A reformulação do design torna-se urgente. Para Fry (2009), o designer é um dos responsáveis por conformar a materialidade da vida e, por isso, pode ter um papel fundamental na constituição de outras formas de vida e comportamento mais conectadas com a natureza, sua finitude e os contextos. Para Manzini (2017), o designer tem um papel decisivo em suas comunidades. Atento ao cotidiano e aos contextos, ele poderá promover a inovação social, novas formas sustentáveis de vida em conjunto.

As discussões sobre a sustentabilidade e a real necessidade de revisão do modelo de produção e consumo estão presentes no dia a dia, na vida das pessoas, para além do debate acadêmico. Essa preocupação, também divulgada pela mídia, passa a pau-

tar inúmeras ações de consumidores e produtores. No campo da moda, a otimização de recursos, a economia circular, a preocupação com a duração e a qualidade das peças, assim como o cuidado no descarte de resíduos são ações que apontam para uma transformação, mesmo que pequena e inicial, dentro da própria cultura do consumo. Nesse cenário, os brechós surgem como uma oportunidade de negócio e como um lugar de consumo consciente como mostram os estudos realizados pela CDL (Economia, 2024), pelo SEBRAE (Pesquisa, 2024) e pelo Inova Moda Digital (Modelos, 2024). A roupa usada, a roupa de segunda mão, seja de grife ou não, proporciona economia de recursos naturais, de dinheiro, além de garantir aos consumidores algo, muitas vezes, único e raro.

3. A ROUPA VELHA E A MODA DO BRECHÓ DA POPPI

A centralidade da moda na contemporaneidade é caracterizada por seu vínculo com a cultura do consumo e a comunicação de massa. A moda divulga os novos desejos, veste e conforma os corpos, as identidades individuais ou coletivas. Sua efemeridade, entretanto, associada a um grande volume de produção e descarte, torna-se um problema com sérios impactos biossociais. Repensar a cultura do consumo e imaginar formas de fazer moda de maneira sustentável são importantes desafios no atual momento. A comunicação digital, da mesma forma que acelera toda a cadeia de produção e consumo, possibilita a divulgação de ideias e pesquisas individuais, por meio das redes sociais. É nesse contexto que a abordagem da designer Bianca Poppi, em seu brechó, aparece como um caso de interesse que pensa e propõe um futuro para a moda, no qual o obsoleto pode ter valor e ser a matéria para o novo e para o único. Além do fazer, a designer também fala sobre o próprio trabalho a partir de pequenos textos bordados, que refletem sobre as roupas, sobre o envelhecimento e sobre o porvir. A construção narrativa, própria do sistema da moda, é desenvolvida pela designer que passa a ocupar também o lugar de divulgação e apresentação do que é a moda nas redes sociais. Para Poppi, no entanto, a novidade é o velho.

Poppi nasceu e estudou design de moda em Cuiabá, Mato Grosso. É lá, a partir do modo de se vestir, que ela vai desenvolver um processo de criação de roupa e moda (Entre, 2018). As roupas prontas de seu interesse estavam nos dois ou três brechós existentes na cidade naquele momento. O diferente estava lá, e não no comércio tradicional (Grupo, 2023). Ao frequentar os brechós, Poppi descobre o colonialismo têxtil ao saber que o Centro-Oeste fazia parte de uma rota de recepção de roupas usadas que envolve também outros países da América do Sul, como o Chile. As roupas vinham em contêineres e eram compradas em dólar para serem revendidas em moeda nacional nos brechós. Havia muita roupa americana (Grupo, 2023). Em 2014, Poppi abre seu próprio brechó em Cuiabá e começa a vender as próprias roupas. Desde

então, ela trabalha com roupas de segunda mão e se define como garimpeira e artesã. Grande parte do que vende é garimpado em bazares beneficentes e igrejas. Sua seleção de peças é caracterizada pela presença das fibras naturais, como o linho, o algodão, a seda e a lã, entre outros materiais que compõe um acervo vintage. Além de revender as roupas encontradas, algumas são bordadas e outras são confeccionadas a partir de peças já existentes, compondo pequenas coleções. Desde 2017, Poppi vive e trabalha com seu brechó físico e virtual em Belo Horizonte.

O bordado surge nas peças em 2015, ainda em Cuiabá. É nas buscas por lá, numa cidade com temperaturas que superam os quarenta graus, que Poppi (Grupo, 2023) descobre as peças de linho, muito adequadas ao clima, além de bonitas para a designer. O problema é que essas peças não saíam das araras. É aí que a designer resolve bordá-las, para que pudessem dialogar esteticamente e verbalmente com o presente. Para Poppi (Grupo, 2023), era como se as roupas pudessem falar o quanto eram boas. Assim, tem início essa abordagem que envolve a procura de peças e o trabalho para reinseri-las como algo dotado de valor no mercado de consumo.

As peças bordadas geralmente são camisas em linho ou algodão, masculinas ou femininas, que são tingidas com pigmentos naturais, quando necessário, para encobrir manchas ou revigorar a cor. Algumas possuem pregas, rendas ou bordados antigos. Outras, podem ou não ter bolsos e quase sempre possuem abotoamentos. O bordado pode aparecer também como textura para fortalecer o tecido esgarçado, como ensina a milenar cultura japonesa (Grupo, 2023), ou como um pequeno coração feito com ponto cheio para encobrir alguma mancha ou furo no tecido (Poppi, 2023c). Todos os reparos envolvem um diálogo com o modelo e seus detalhes para que a peça possa durar, como pode ser visto nas Figuras 2 e 3.



Figura 2 Palavra bordada em blusa de algodão.

Fonte: Poppi (2023b).

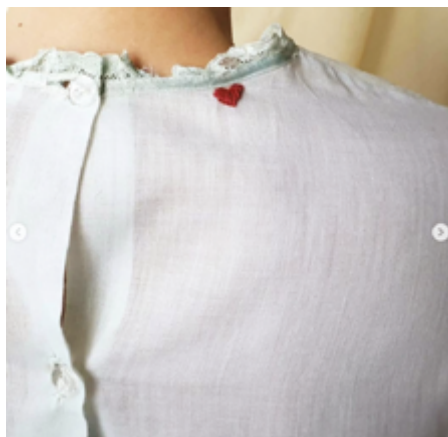


Figura 3 Bordado de coração em blusa de algodão.

Fonte: Poppi (2023c).

Depois de cuidadas, as roupas velhas recebem os textos bordados, que almejam qualificá-las e atualizá-las. Eles são sempre feitos com letras de forma maiúsculas, cada uma com cerca de 0,5 cm X 0,5 cm, com o conhecido “ponto atrás”. Muitas vezes, esses bordados ficam ao lado esquerdo da peça, sobre o peito. Outras vezes, são posicionados de acordo com o desenho da peça. São feitos em uma única cor, contrastando com o tecido, para que a frase possa ser visível e legível. Os textos podem ser palavras, versos, ou pequenas frases em português ou espanhol, como: “Roupa velha futurista” (Poppi, 2023a); “Tiempo” (Poppi, 2023b); “Tão belo quanto imperfeito” (2023d); “Vintage porém moderna” (Poppi, 2024e); “Cultivar a improvisação/ Descarrilhar a máquina” (Poppi, 2024f); “Amar e mudar as coisas” (Poppi, 2024d); “Viver é um rasgar-se e remendar-se” (Poppi, 2024c); “Se ardés nada te quema” (Poppi, 2024b); “Costuro” (Poppi, 2024a).

Poppi comercializa outras peças, como roupas que são confeccionadas com camisas, crochês e bordados antigos, além de peças vintage em tecidos variados, sem bordados. Mas são as peças bordadas que interessam à pesquisa, pois conformam uma narrativa sintética e vestível sobre o que Poppi entende como roupa, moda e vida. Os textos revelam uma peculiar conexão com as artes, com a literatura e com as reflexões sobre os modos de vida e a sustentabilidade. Poppi cita Guimarães Rosa: “viver é um rasgar-se e remendar-se” (Poppi, 2024c). O texto “Cultivar a improvisação/ Descarrilhar a máquina” (Poppi, 2024f) é inspirado no livro *Carta à Terra*, da economista francesa Geneviève Azam. Poppi posta tanto a imagem da camisa com o bordado quanto a imagem da página do livro cujo texto lhe serviu de referência (Poppi, 2024g).

Como designer, Poppi pensa e apresenta, com os bordados e de forma sintética, seu reflexivo e consciente processo de criação e produção, muito atento a construção de um futuro viável para todos. Seus textos e palavras falam sobre o tempo, sobre a costura, sobre a roupa, sobre o permanente desejo de articular o velho e o novo. Nessa lida, a busca não é pela perfeição, mas pelo movimento e pelo olhar amoroso e transformador. A roupa velha, obsoleta e descartada, é cuidada e designada como valorosa para reintegrar à moda. Sua unicidade a torna preciosa e, quem sabe, atemporal.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em mundo ameaçado e em risco, a transformação do modo de vida baseado na cultura do consumo se faz urgente. A criação incessante de novos desejos, a efemeridade, a obsolescência e a geração de lixo que movem essa cultura hegemônica e a moda se tornaram insustentáveis. No campo acadêmico, em especial no campo do design, ligado à criação, à produção e ao consumo, a compreensão da necessidade de reconstrução dessa cultura é fundamental. Redesenhar o design, promover a inovação social junto às comunidades e inventar novas formas de vida mais sustentáveis e conectadas aos contextos biossociais se colocam como maneiras de construir um futuro viável. É em busca dessas ações, mesmo que pequenas e cotidianas, que se observa a importância do trabalho de Bianca Poppi.

Com bordados e roupas que ela garimpa e muitas vezes reconstrói, Poppi propõe novas ideias para a moda e para a vida. Trata-se de uma reinvenção permanente que tem o velho como matéria para o novo. Para tanto, uma série de ações valoriza o que já existe. O rasgado pode ser bordado e reinventado. O manchado pode ser tingido com pigmentos naturais ou ser incorporado como marca de história. A roupa dotada de tempo pode ser assinalada com um texto bordado que a designa como tal. É todo esse cuidado com o vivido e usado que torna as peças de Poppi únicas e preciosas como a própria vida. É assim que Poppi reinventa a moda, o design e a própria cultura do consumo. Ela ensina que o futuro pode ser feito do novo e do velho, com reaproveitamento e com menos resíduos. Em seu fazer, a economia circular vira a poética do cotidiano. Sua narrativa, mesmo que local, certamente pode contribuir para a transformação das relações dos sujeitos com as roupas, com a moda e com a vida no planeta.

5. AGRADECIMENTOS

À Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (Fapemig).

REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. *Sistema da moda*. Tradução: Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

- CRARY, Jonathan. *24/7: capitalismo tardio e os fins do sono*. Tradução: Joaquim Toledo Jr. São Paulo: Ubu, 2016.
- CRARY, Jonathan. *Terra arrasada: além da era digital, rumo a um mundo pós-capitalista*. Tradução: Humberto do Amaral. São Paulo: Ubu, 2023.
- ECONOMIA circular gira com brechós, que devem crescer de 15% a 20% até 2030. *CDL*, 22 jan. 2024. Disponível em: <https://coruripe.cdls.org.br/economia-circular-gira-com-brechos-que-devem-crescer-de-15-a-20-ate-2030/>. Acesso em: 1 out. 2024.
- ENTRE o moderno e o retrô, Bianca Poppi busca atemporalidade. *Livre*, 1º abr. 2018. Disponível em: <https://olivire.com.br/entre-o-moderno-e-o-retro-bianca-poppi-busca-atemporalidade>. Acesso em: 1º out. 2024.
- FONTENELLE, Isleide Arruda. *Cultura do consumo: fundamentos e formas contemporâneas*. Rio de Janeiro: FGV, 2017.
- FRY, Tony. *Reconstruções: ecologia, design e filosofia*. Tradução: Gilson César Cardoso de Sousa. São Paulo: Edusp, 2009.
- GRUPO de estudos em economia circular. Economia circular no setor da moda. Encontro 3. Belo Horizonte: Escola de Design da UEMG, 5 out. 2023. 1 vídeo (138 min). Publicado pelo canal CEDTec ED UEMG. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=u-KihhbrEOb0>. Acesso em: 1 out. 2024.
- HAN, Byung-Chul. *Não-coisas: reviravoltas no mundo da vida*. Tradução: Rafael Rodrigues Garcia. Petrópolis: Vozes, 2022.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- MANZINI, Ezio. *Design quando todos fazem design: uma introdução ao design para a inovação social*. Tradução: Luiza Araújo. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2017.
- MODELOS de negócio: o aumento do número de brechós no Brasil. *Inova moda digital*, 20 mar. 2024. Disponível em: <https://inovamodadigital.com.br/w/modelos-de-negocio-aumento-brechos-brasil>. Acesso em: 1º out. 2024.
- POPPI, Bianca. Belo Horizonte, 4 ago. 2023a. Instagram: @apoppi. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CvhiUFHuxAJ/>. Acesso em: 1º out. 2024.
- POPPI, Bianca. Belo Horizonte, 10 out. 2023b. Instagram: @apoppi. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CyN9NxLuHwO/?img_index=1. Acesso em: 3 out. 2024.
- POPPI, Bianca. Belo Horizonte, 10 out. 2023c. Instagram: @apoppi. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CyN9NxLuHwO/?img_index=2. Acesso em: 3 out. 2024.
- POPPI, Bianca. Belo Horizonte, 10 out. 2023d. Instagram: @apoppi. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CyN9NxLuHwO/?img_index=5. Acesso em: 3 out. 2024.
- POPPI, Bianca. Belo Horizonte, 2 maio 2024a. Instagram: @apoppi. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C6fjBjQn-XH/?img_index=1. Acesso em: 3 out. 2024.
- POPPI, Bianca. Belo Horizonte, 13 maio 2024b. Instagram: @apoppi. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C66Ev_cOioi/. Acesso em: 3 out. 2024.

- POPPI, Bianca. Belo Horizonte, 14 maio 2024c. Instagram: @_apoppi. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C69YmOApvO3/?img_index=1. Acesso em: 3 out. 2024.
- POPPI, Bianca. Belo Horizonte, 30 ago. 2024d. Instagram: @_apoppi. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C_TXozDRMpK/?img_index=7. Acesso em: 3 out. 2024.
- POPPI, Bianca. Belo Horizonte, 23 set. 2024e. Instagram: @_apoppi. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DARrISySHdT/>. Acesso em: 3 out. 2024.
- POPPI, Bianca. Belo Horizonte, 3 set. 2024f. Instagram: @_apoppi. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C_dBMDVxtUx/?img_index=1. Acesso em: 3 out. 2024.
- POPPI, Bianca. Belo Horizonte, 3 set. 2024g. Instagram: @_apoppi. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C_dBMDVxtUx/?img_index=2. Acesso em: 3 out. 2024.
- PESQUISA Brechós 2024. SEBRAE, 27 jul. 2024. Disponível em: <https://sebraeplay.com.br/content/inteligencia-sebrae-pesquisa-brechos-2024>. Acesso em: 1º out. 2024.

