

O mercado de segunda mão em Portugal tem conhecido uma notável expansão nas últimas duas décadas, transformando-se de uma prática marginal e ocasional numa componente cada vez mais relevante da economia circular e da cultura de consumo. A crescente popularidade deste setor está associada a fatores múltiplos, como a sensibilização ambiental, o aumento do custo de vida, a digitalização das trocas comerciais e a emergência de novos valores culturais ligados à reutilização e à sustentabilidade.

Tradicionalmente, o consumo de bens em segunda mão em Portugal esteve associado a feiras, mercados locais, lojas de bairro e doações entre particulares. Este comércio era frequentemente visto como uma solução de recurso, associada a contextos de carência económica ou a nichos específicos, como o colecionismo ou as antiguidades. Contudo, nas últimas décadas, observa-se uma mudança estrutural nesse perfil. O mercado de usados passou a abranger um público mais vasto, urbano e digitalmente conectado, atravessando diferentes classes sociais e faixas etárias.

Entre os principais fatores que explicam esta evolução destaca-se, em primeiro lugar, a crescente preocupação com a sustentabilidade ambiental. O modelo económico linear, baseado na extração, produção, consumo e descarte, tem sido amplamente criticado pelos seus impactos ecológicos negativos, sobretudo no que diz respeito à produção de resíduos, ao consumo excessivo de recursos naturais e à pegada de carbono. O mercado de segunda mão, por sua vez, integra-se na lógica da economia circular, promovendo a reutilização, a extensão do ciclo de vida dos produtos e a redução do desperdício (European Environment Agency, 2022).

Neste contexto, o setor têxtil é particularmente relevante. A indústria da moda é uma das mais poluentes do mundo, responsável por cerca de 10% das emissões globais de carbono e pelo consumo intensivo de água e produtos químicos (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Em resposta, cresce a adesão a modelos como o “slow fashion” e o consumo consciente, nos quais a compra de roupa em segunda mão surge como uma alternativa ética e ambientalmente responsável. Plataformas digitais como OLX, Vinted e marketplaces no Facebook facilitam essas trocas, permitindo que milhares de utilizadores em Portugal comprem e vendam peças usadas com facilidade e segurança.

Paralelamente, razões económicas também impulsionam o crescimento deste mercado. O aumento do custo de vida, os baixos salários em muitos setores e a precarização do emprego

têm levado uma parte significativa da população portuguesa a procurar soluções de consumo mais acessíveis. A compra de bens usados, sejam eles móveis, eletrodomésticos, livros ou tecnologia, representa uma forma de poupança sem sacrificar a qualidade ou a funcionalidade dos produtos (INE, 2022). Este comportamento tem-se intensificado em períodos de crise económica, como a crise financeira de 2008 ou os impactos económicos da pandemia de COVID-19.

Ao mesmo tempo, nota-se uma mudança cultural profunda. O consumo de segunda mão, outrora estigmatizado, passou a ser visto como sinal de consciência ambiental, criatividade e até mesmo de bom gosto. A valorização do vintage, da autenticidade e do “upcycling” (reutilização criativa) reflete uma transformação nos valores do consumidor contemporâneo, que procura diferenciação e rejeita o consumismo desenfreado. Esta tendência é visível, por exemplo, nas novas gerações urbanas, que frequentam feiras de trocas, lojas de roupa usada com curadoria e plataformas online com consciência estética e ecológica.

Neste sentido, a digitalização foi um dos principais motores desta transformação. Aplicações móveis e sites especializados permitiram escalar o comércio de segunda mão, tornando-o mais prático, seguro e personalizado. O OLX, uma das plataformas líderes em Portugal, regista milhões de anúncios ativos, abrangendo categorias que vão desde veículos e eletrónica até imóveis e moda. Por outro lado, o crescimento de apps como Vinted ou Wallapop mostra que há uma segmentação crescente do mercado, com foco específico em nichos como vestuário, artigos infantis ou objetos de decoração.

Também o setor automóvel tem assistido a um dinamismo crescente no mercado de usados. Segundo dados da Associação Automóvel de Portugal (ACAP), a venda de carros em segunda mão ultrapassa significativamente a de novos veículos, refletindo uma preferência do consumidor por opções mais económicas e imediatas. A compra de carros usados, além de mais acessível, é frequentemente associada a menores encargos fiscais e à possibilidade de negociação direta entre particulares.

Outro segmento em expansão é o das lojas sociais e solidárias. Instituições como a Cruz Vermelha, a Cáritas ou cooperativas locais gerem espaços onde são vendidos bens usados com dois objetivos principais: apoiar populações vulneráveis e promover a reutilização. Estas iniciativas aliam a vertente social à ambiental, criando valor económico e ao mesmo tempo fomentando práticas de cidadania ativa.

Apesar do crescimento e da aceitação cada vez maior do mercado de segunda mão, persistem alguns desafios. Um dos principais é a regulação e a fiscalização. A informalidade de muitas transações dificulta o controlo da qualidade, a segurança dos produtos e a proteção do consumidor. Questões como garantia, direito à devolução ou transparência nos preços nem sempre estão asseguradas, sobretudo em plataformas peer-to-peer. Além disso, há desafios logísticos relacionados com o transporte, armazenamento e verificação do estado dos produtos usados, especialmente no comércio online.

Outro desafio diz respeito à perceção cultural ainda existente em certos contextos. Embora o estigma esteja a diminuir, há ainda quem associe a compra de produtos usados à pobreza, à necessidade ou à falta de gosto. Combater essas perceções passa por campanhas de sensibilização, educação para o consumo responsável e valorização estética do reutilizado. A promoção de eventos como feiras de trocas, mercados urbanos sustentáveis e oficinas de reparação é essencial para consolidar o valor simbólico e prático do reuso.

Em termos de políticas públicas, Portugal tem dado passos significativos na promoção da economia circular, mas ainda há espaço para avançar. Incentivos fiscais à reutilização, apoios a projetos de reparação, regulação clara do comércio informal e inclusão da reutilização nos currículos escolares podem contribuir para consolidar uma cultura de segunda mão como prática positiva e desejável. A Estratégia Nacional para a Economia Circular (APA, 2017) identifica o prolongamento da vida útil dos produtos como uma das prioridades, mas a sua implementação prática ainda enfrenta obstáculos.

Do ponto de vista sociológico, o mercado de segunda mão desafia também as fronteiras entre produção e consumo. Ao colocar os consumidores no papel de vendedores, trocadores ou reparadores, este mercado contribui para uma redefinição dos papéis tradicionais no sistema económico. Trata-se de um consumo mais ativo, colaborativo e relacional, que subverte as lógicas do novo e do descartável. Em certa medida, aproxima-se das práticas pré-industriais de reaproveitamento, mas com os recursos e ferramentas do século XXI.

Assim, o crescimento do mercado de segunda mão em Portugal não é apenas um fenómeno económico ou ambiental. É também cultural, social e simbólico. Ele reflete uma transformação nos modos de habitar o mundo, de consumir e de atribuir valor às coisas. Reutilizar é, em última instância, um gesto de cuidado, com os recursos, com os outros e com o futuro. Promover esta prática significa, portanto, investir num modelo de sociedade

mais justo, sustentável e consciente.

Referências Bibliográficas

Agência Portuguesa do Ambiente. (2017). *Roteiro para a neutralidade carbónica 2050 - Estratégia nacional para a economia circular*. <https://apambiente.pt>

Associação Automóvel de Portugal. (2022). *Relatório estatístico anual do setor automóvel*. <https://acap.pt>

Ellen MacArthur Foundation. (2017). *A new textiles economy: Redesigning fashion's future*. <https://ellenmacarthurfoundation.org>

European Environment Agency. (2022). *Circular economy in Europe: Developing the knowledge base*. <https://www.eea.europa.eu/publications/circular-economy-in-europe>

Instituto Nacional de Estatística. (2022). *Rendimento e condições de vida - Inquérito às condições de vida e rendimento das famílias*. <https://www.ine.pt>