



## **O CARÁTER SUSTENTÁVEL DO BRECHÓ DA RESVI: PESQUISA DESENVOLVIDA ATRAVÉS DA ITCP/FURB**

Raquel Andrade Rebelo<sup>1</sup>  
Susanne de Andrade Carmo Botelho<sup>2</sup>  
Lucinéia Sanches<sup>3</sup>

### **RESUMO**

O foco do estudo apresentado neste texto, está no que se conhece como brechó, espaços de comercialização de roupas e acessórios de segunda mão. Trata-se de uma pesquisa realizada através dos projetos de extensão Produção Artesanal, Comercialização Justa e Solidária e Consumo Responsável (FUMDES 531/2019) e Incubação e Assessoramento de Redes e Fóruns da Economia Solidária (FUMDES 520/2019), no segundo semestre de 2019. Os projetos fazem parte de um conjunto de ações desenvolvidas pela Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade Regional de Blumenau (ITCP/FURB), que atua na incubação de empreendimento de Economia Solidária, integrando o ensino, a pesquisa e a extensão, com a participação de acadêmicos bolsistas e professores extensionistas. O objetivo principal foi apresentar um mapeamento dos Brechós da cidade de Blumenau e identificar a que categoria pertence o brechó da Rede de Economia Solidária do Vale do Itajaí (RESVI). Trata-se de uma pesquisa quantitativa e qualitativa, exploratória com abordagem sociológica. Na pesquisa quantitativa observou-se um aumento na taxa de variação anual de brechós e alvarás ativo entre 2009 e 2019 de 10,31%. A coleta de dados se deu através de documentos da Secretaria do Desenvolvimento Econômico da Prefeitura Municipal de Blumenau, artigos científicos, sites, redes sociais, revistas e jornais.

**Palavras-chave:** Brechó, Sustentabilidade, Economia Solidária.

### **INTRODUÇÃO**

O cerne deste trabalho, está no que se conhece como brechó, um espaço que existe há muito tempo e que, ultimamente está ganhando um curioso destaque, visto como um lugar de muitas oportunidades e possibilidades. Definem-se brechós como sendo espaços de comercialização de roupas, acessórios e objetos de segunda mão, em bom estado, vendidos a preços acessíveis. Trata-se de uma pesquisa realizada através dos projetos de extensão Produção Artesanal, Comercialização Justa e Solidária e Consumo Responsável

---

<sup>1</sup> Professora do Departamento de Matemática na Universidade Regional de Blumenau, SC, [profar@furb.br](mailto:profar@furb.br).

<sup>2</sup> Graduanda do Curso de Nutrição da Universidade Regional de Blumenau, SC, [andrade.susanne@gmail.com](mailto:andrade.susanne@gmail.com) ;

<sup>3</sup> Professora orientadora: Mestre, Professora do Departamento de Artes da Universidade Regional de Blumenau, SC, [lucineiasanches@furb.br](mailto:lucineiasanches@furb.br);



(FUMDES 531/2019) e Incubação e Assessoramento de Redes e Fóruns da Economia Solidária (FUMDES 520/2019), no segundo semestre de 2019. Os projetos fazem parte de um conjunto de ações desenvolvidas pela Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade Regional de Blumenau (ITCP/FURB), que atua na incubação de empreendimento de Economia Solidária, integrando o ensino, a pesquisa e a extensão, com a participação de acadêmicos bolsistas e professores extensionistas. O objetivo foi desenvolver um mapeamento dos brechós existentes na cidade de Blumenau, conhecer os indicativos de crescimento deste novo mercado nos últimos cinco anos e identificar a que categoria pertence o brechó da Rede de Economia Solidária do Vale do Itajaí (RESVI), Rede que integra associações e cooperativas de Economia Solidária (ECOSOL). Trata-se de uma pesquisa quantitativa e qualitativa. A coleta de dados se deu através de meios públicos sendo eles: Documentos da Secretaria do Desenvolvimento Econômico da Prefeitura Municipal de Blumenau, artigos científicos relacionados ao tema, sites, redes sociais, revistas e jornais.

A tendência do reuso de peças de segunda mão, visivelmente, iniciou uma fase de crescimento quantitativo nos últimos cinco anos na cidade de Blumenau, onde o número de espaços de comercialização se multiplicou criando uma malha (como pode ser constatado através dos dados apresentados ao longo do texto) pontuada em vários bairros, onde vitrines de peças de segunda mão integram o comércio da moda. Também são realizados periodicamente bazares/brechós em feiras e em instituições filantrópicas (entre elas, a feira da ECOSOL que acontece mensalmente na Universidade Regional de Blumenau e monta um brechó ao ar livre), no entanto, não havia pesquisa que pudesse indicar com precisão a situação deste mercado em Blumenau.

A literatura no que diz respeito ao contexto do reuso de roupas, acessórios e outros objetos de segunda mão, é bastante escassa, poucos são os dados concretos sobre a história e a utilização de roupas de Brechó no Brasil. Até pouco tempo as roupas de segunda mão eram vistas como roupas de defunto, algo destinado a pessoas de baixa renda e que eram uma opção de uso com característica de necessidade. O fenômeno das roupas de segunda mão, desde seu início, mantém relação com a caridade e os segmentos mais pobres da população, excluindo as classes privilegiadas. (HANSEN, 1999).

Contudo, percebe-se que este comportamento de consumo está passando por uma transformação dos conceitos e concepções de uso da roupa, tornando os brechós uma tendência no mercado atual. Roupas usadas passam por um processo de destaque ou de



valorização no ocidente a partir dos anos 1990, quando *looks retrô* ou *Vintage* passam a ser valorizados por famosos e não famosos, particularmente aqueles interessados em um estilo de vida ‘alternativo’ (PALMER; CLARK, 2005, p. 1, grifo no original).

Ao desenvolver a revisão de literatura, percebemos que a existência do brechó, no contexto histórico, está diretamente relacionada à moda sazonal e ao consumo. Assim, partimos do pressuposto de que em Blumenau, a cultura do brechó vem abrindo um novo espaço de comercialização para o consumo consciente que caminha na contramão do esgotamento de recursos naturais.

Desde a segunda metade do século XX, o consumo de moda se transforma de forma gradativa, passando por um nítido processo de modificação.

Pode-se viajar através de culturas longínquas com apenas em um apertar de tecla. Há conexão universal entre o individual e o coletivo, socialização de ideias, pontos de vista e conhecimento. No campo da moda a concepção de identidade tem sido constituída de acordo com o contexto em que determinada sociedade se encontra, e quando esta se encontra permeadas por diferentes contextos, os indivíduos procuram suas próprias identidades através da construção de um estilo próprio. Isso se dá devido ao fato de que a própria noção de identidade está atrelada à forma com a qual o sujeito se relaciona consigo mesmo e com o ambiente a sua volta. Desse modo, fatores como a cultura, a política, a economia, a religião e a tecnologia contribuem para que as identidades se configurem, sendo que transformações sociais em níveis estruturais acarretam em mudanças mais ou menos intensas na forma com a qual elas se delimitam. Tendo em vista a relação entre a identidade e o contexto histórico, Stuart Hall (1996) definiu três tipos de identidade: o sujeito do iluminismo, o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno (MIRANDA; DUTRA, 2013, p. 45).

O **sujeito iluminismo** definido por Hall (apud MIRANDA; DUTRA, 2013), é o sujeito com o perfil imutável; com identidade unificada, tem dificuldades de aceitar o novo. Permanecendo imóvel ao longo de sua existência. Por vez, o **sujeito sociológico** caracteriza-se ausência de identidade própria, possível de ser estabelecida a partir das relações que este desenvolve com outros indivíduos, ou entre a sociedade que se encontra inserido. Enquanto o **sujeito pós-moderno** é aquele que quebra paradigmas, está aberto ao novo. A identidade deste sujeito pós-moderno se forma não pelos objetos que ele consome, mas, através das relações que este estabelece com o objeto e o seu ambiente, e esse não pertencimento à um grupo específico é o que define sua identidade singular, é o sujeito cosmopolita.



A globalização faz com que as sociedades vivam em estado de mudança rápida e constante, sem muita reflexão. O acesso rápido a informação, a tecnologia empregada nos meios de comunicação de massa, funciona desde a década de 1960 como uma mola propulsora, para a troca constante de objetos de consumo.

“A cultura de massa [...] é o instrumento de democratização imediata de aristocratismos; permite ao público imitar, o mais depressa possível, a elite; coloca-se a serviço da aderência identificativa por todos os meios: fotografias dos modelos de alta costura, conselhos práticos para adaptar à moda corrente as toilettes dos anos anteriores, receitas para adaptar a confecção ao estilo da alta costura, etc. [...] Por sua vez, a alta costura resiste: ela cerca de mistério a preparação das coleções, proíbe os fotógrafos antes da data pública, persegue os imitadores não patenteados... Mas ao mesmo tempo que resiste, ela se adapta à corrente, na medida em que encontra aí o seu lucro: a publicidade da grande imprensa estende seu raio de ação. [...]. Assim a cultura de massa efetua uma dialética de aristocratização e de democratização que funciona em todos os níveis para, finalmente padronizar no grande público as fruições da superindividualidade aristocrática. E a cultura de massa, no plano da moda feminina, revela sua função própria: dá acesso aos grandes arquétipos ‘olimpianos’, procura os prestígios da alta individualidade e da sedução. Ela permite a identificação mimética. Ao mesmo tempo, mantém uma obsessão consumidora das roupas, do enfeite, dos objetos, de padrão social, cuja importância como estimulante econômico se torna cada vez maior nas sociedades ocidentais.” (MORIN, 1987, p. 142).

A indústria cultural é um acontecimento dos povos do hemisfério ocidental, que massifica e padroniza hábitos e costumes, bem como depende da aceitação individual e/ou coletiva estabelecida em torno de algum objeto. Neste espaço a moda se insere como parte fundamental do sistema de trocas simbólicas que rege a vida das pessoas. A cultura de massa que se forja por meio da indústria cultural explica a moda como parte integrante do ciclo de produção e renovação de bens de consumo. As indústrias de moda estão produzindo, cada vez mais coleções, em um curto espaço de tempo para conseguir suprir a busca do novo estimulada pela comunicação de massa que atrela a sociedade atual. Porém, o sujeito pós-moderno mencionado acima está preocupado com esta situação de lixo gerado com a frenética busca do novo. É neste momento que a consciência ambiental, leva a pensar como cada um pode ser sujeito ético e consciente ao diminuir e reaproveitar.

Após o ano de 1945, chega ao fim a Segunda Guerra Mundial, um turbulento período com cenários caóticos, a economia em caos, cidades com escassez de recursos e matérias primas racionadas. A sociedade acaba de passar por um período de muita dor e sofrimento.

Contudo, a felicidade voltou aos poucos a se constituir novamente no modo de vida das pessoas. As indústrias já estavam bem estabelecidas, o que facilitou o surgimento do *prêt-à-porter*, “uma nova maneira de produzir roupas em escala industrial com qualidade,





com expressão de moda e numeração variada de um mesmo modelo” (BRAGA, 2004, p. 81). Com este processo de industrialização, em série e em larga escala, a cada estação, novas propostas e tendências de moda são geradas. As roupas da estação passada ficam condenadas a serem desprezadas e substituídas pelo que a moda e a mídia colocam como atuais. Com isto, a moda foi se tornando cada vez mais massificada. Segundo Lipovestky (1989, p. 160), “a temporalidade curta da moda fagocitou o universo da mercadoria, metamorfoseado, desde a Segunda Guerra Mundial, por um processo de renovação e de obsolescência ‘programada’ propícia a revigorar sempre mais o consumo”.

O que motiva as pessoas a reutilizarem roupas de segunda mão está ligado a diferentes aspectos. Os consumidores de objetos de reuso, são pessoas de estilos variados que:

- Buscam uma forma autoral no que se diz respeito ao vestir;
- Desejam adquirir artigos diferenciados para a produção de moda e fotografia (bastante comum em Blumenau, pois possui muitas empresas de produção de catálogos e editoriais de moda);
- Procuram artigos de vestuário vintage;
- Buscam por produtos mais acessíveis, através dos quais as pessoas, ao se vestirem, manifestam a rejeição ao consumo exacerbado.
- Ou buscam gastar pouco para obter artigos variados.

Em tempo considerado recente, aqui no Brasil, os brechós/bazares, aos poucos, estão ganhando espaço. De fato, eles já existem há muito tempo. A busca de peças diferenciadas e o uso de artigos de segunda mão vai além de objetos com valor de uso e ou valor de troca, essa prática de consumo se apresenta como uma relação sociocultural, onde procura-se não somente uma peça, mas, algo com histórias, ideias e autenticidade. O ato de vestir brechó implica no auto expressão, uma maneira de encarar um personagem livre de conceitos pré-definidos.

“Cultura e consumo têm uma relação sem precedentes no mundo moderno. [...] O consumo é um fenômeno totalmente cultural. [...] o consumo é moldado, dirigido e constrangido em todos os seus aspectos por considerações culturais. [...] Os bens de consumo são carregados de significado cultural. Os consumidores usam os significados dos bens para expressar categorias e princípios culturais, cultivar ideias, criar e sustentar estilos de vida, construir noções de si e criar (e sobreviver a) mudanças culturais” (McCRACKEN, 2010, p. 11).

Na Europa, este tipo de comércio é muito frequente. No Brasil está ganhando espaço nos últimos anos. Essa opção de consumo tem se apresentado atualmente como algo



moderno, um fenômeno que mostra que o antigo está na moda atraindo um público mais descontraído, alternativo, excêntrico. Os espaços de comercialização de peças de reuso geralmente são frequentados por atores, dançarinos, músicos, figurinistas, modelos, diretores de teatro, estilistas, designers e pessoas ligadas ao comportamento de moda que exercem a criatividade para vestir-se, buscando uma identidade própria.

Quanto à dimensão econômica o brechó pode ser:

#### **a) Brechó particular**

O brechó particular consiste numa loja destinada a vender peças usadas com fins lucrativos, ou seja, as peças são vendidas de maneira que o dono peça e o dono do Brechó obtenham lucro. As peças podem ser negociadas pelos proprietários utilizando o sistema de consignação ou venda para a loja. A organização e o posicionamento do produto em loja, acontece como no mercado de produtos novos, as peças são dispostas em araras, cabides. O senso de organização se altera de um espaço para outro, algumas mais organizadas, outras dispostas com menor esmero.

As lojas são cadastradas no setor econômico como uma loja normal, na maioria são enquadradas pelo sistema de tributação simples, são isentas de impostos até um determinado patamar de vendas. As peças do brechó particular necessitam estar em ótimo estado de conservação, sem defeitos referentes ao tempo de uso da peça. As peças são selecionadas com esmero. Os brechós particulares podem ser classificados como: brechós para poucos, que são considerados mais caros, com roupas de grife de segunda mão. Nesta classificação enquadram-se também os brechós de peças *vintage*, de marcas conceituadas e conhecidas, que tem um valor agregado por conta da tendência *vintage*. Neste espaço as peças são limpas e passadas, dispostas em vitrines e manequins, compondo *looks* criativos, coordenados levando-se em consideração a compatibilidade de formas, cores e volumes. A decoração dos ambientes também chama a atenção para peças de mobiliário antigo. O brechó se destaca por oferecer um serviço diferenciado, o espaço *gourmet*.

#### **b) Brechó ou bazar beneficente**

O bazar/brechó destina-se a vender peças sem uso, sempre com alguma inconformidade para venda nas lojas do mercado tradicional. As peças quase sempre apresentam pequenos defeitos, manchas ou falta de botões, manchas de batom ou perfume (consequência de seguidas provas nas lojas) ou pertencem a coleções passadas. O valor obtido com a venda desses produtos, são sempre revertidos para um bem comunitário, seja o



bazar/brechó pertencente a uma organização não governamental, igrejas, asilos, creches, ações de Centros Acadêmicos entre outros conforme.

O bazar/brechó pode ser fixo ou não, muitos estão localizados em espaços cedidos por alguma instituição filantrópica ou em ambientes públicos como universidades e escolas. A definição de brechó beneficente é geralmente usada quando esses eventos são fixos na entidade, tem um espaço reservado para a venda de artigos usados ou até mesmo novos. E a denominação bazar é aplicada quando se trata de ação eventual, como por exemplo o bazar/brechó da ABRAZ, que acontece duas vezes ao ano na FURB e o brechó da Rede de Economia Solidária (RESVI) do Programa Institucional de Extensão Universitária da Incubadora Tecnológica de Cooperativas populares - ITCP/FURB que acontece uma vez por mês (durante dois dias) em que acontece a Feira de Economia Solidária. Contudo, é preciso observar que a chamada de divulgação destes, muitas vezes traz o nome brechó e não bazar, a explicação encontrada é de que em se tratando de brechó a concepção que se tem é de que os valores são baixos, situação que faz com que mais pessoas sejam atraídas, pois na região de Blumenau há muitos bazares diretos de fábrica onde os preços são mais elevados.

#### **Geograficamente podem ser:**

a) **Brechós virtuais:** Este pode ser de caráter particular ou filantrópico, ficam hospedados em plataformas na Internet. A maioria se encontra em redes sociais e outras em *blogs*. Os que são em redes sociais, geralmente têm uma proporção pequena, um círculo de amigos e amigos de amigos, a forma de pagamento e prova de peças são com encontros marcados em lugares públicos e de fácil acesso geralmente em locais públicos. As vendas em *blogs*, são bem organizadas na questão da gestão financeira. As proprietárias/proprietários utilizam sistemas de pagamentos eletrônicos, o vendedor fornecer um Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) e uma conta bancária que esteja associado esse mesmo número de CPF, para a realização do pagamento. O sistema disponibiliza botões de compra que pode ser inserido no blog em cada roupa que estiver a venda. Esse botão levará o comprador para uma página no sistema, onde este colocará os dados e efetuará a compra, em ambiente totalmente seguro, exatamente como as compras realizadas em lojas *online*. Uma vez que a compra for aprovada pelo cartão de crédito ou banco, o sistema enviará um *e-mail* para o comprador com a conclusão da compra. Entrando no sistema de vendas *online* estarão disponíveis as informações do cliente com o e-mail e endereço de entrega. O sistema já calcula e cobra o valor do frete através do fornecimento do CEP. O vendedor posta via correio a roupa vendida



e confirma o envio pelo sistema. O prazo para o valor da venda cair na conta se altera de sistema para sistema, assim como as taxas de cobrança que variam entre 2% e 3% sobre cada venda.

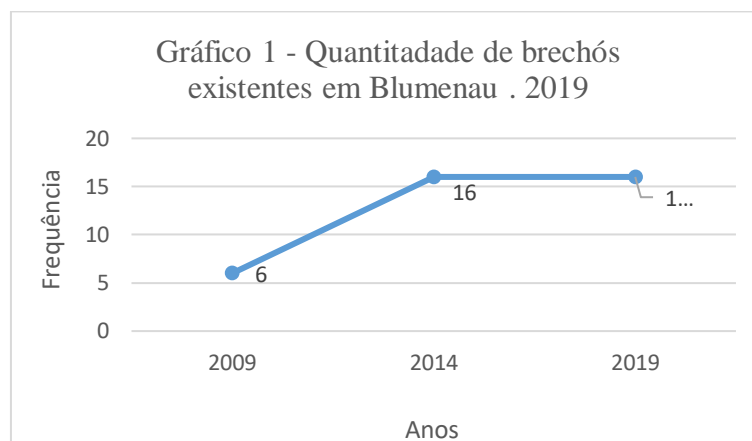
b) **Brechós itinerantes:** esta categoria de brechó não tem um endereço fixo, acontecem para unir ideias, pessoas e talentos, a fim de haver uma socialização entre os participantes que são frequentadores de feiras de rua. São movidos por apreciadores de moda *vintage*, artistas, designers que expõem seus produtos a fim de comercializar e mostrar seus trabalhos. O retorno financeiro é pequeno, o que conta nesses ambientes é a troca de informação, a socialização de conhecimento, o interesse pela arte e suas vertentes. Nesta categoria podem estar todos os brechós/bazares que em algum momento tenham interesse em levar seus produtos para determinados espaços. O brechó itinerante da Rede de Economia Solidária do vale do Itajaí (RESVI) se enquadra nesta categoria.

c) **Brechós com endereços fixos:** que possuem endereço.

Não existem dados históricos sobre os Brechós em Blumenau, porém, na busca de informações sobre este tipo de comércio é possível constatar que eles existem há muitos anos, pode-se perceber o visível crescimento da procura de artigos de brechó e bazar na cidade de Blumenau. Muitas pessoas estão buscando e aderindo a essa nova tendência de consumo eticamente correta e sustentável do ponto de vista ambiental. Para que fosse possível confirmar as informações citadas anteriormente, inicialmente desenvolveu-se uma pesquisa através de *sites* e documentos públicos para confirmar aumento dos estabelecimentos legalmente constituídos nos últimos cinco anos para constatar o crescimento deste modelo de comércio na cidade de Blumenau. Com base nos dados informados pela Secretaria do Desenvolvimento Econômico da cidade de Blumenau, em 2009 eram somente quatro brechós registrados e com alvarás ativos. No ano de 2014 este número subiu para 16 brechós com alvarás ativos. Registrando assim, um crescimento de 166,67% em cinco anos. (PREFEITURA MUNICIPAL DE BLUMENAU, 2019). E para o ano de 2019 a pesquisa identificou que o número de brechós com alvarás ativos se manteve. (PREFEITURA MUNICIPAL DE BLUMENAU, 2019).

Estabelecimentos legalmente constituídos nos últimos dez anos apresentado, conforme a figura 1, uma taxa de variação de crescimento do número de brechós ativos entre 2014 e 2019 é de 0,0%. Enquanto a taxa de crescimento anual entre 2009 e 2019 foi de 10,31%.





Fonte: Prefeitura Municipal de Blumenau (2019, *site*).

Figura 1 – Gráfico 1 refere-se a quantidade de brechós existentes em Blumenau em 2019

Após análise informal da tipologia dos brechós existentes em Blumenau, identificam-se duas categorias de brechó/bazar que na dimensão econômica podem ser: particular ou beneficente (em prol do coletivo). Na dimensão física: fixo (estabelecido em um prédio), itinerante (sem local fixo, podendo acontecer em qualquer lugar: praças, escolas, universidade, Centros de Saúde, feiras e eventos). E o brechó/bazar *online* (hospedados em plataformas na Internet), em grande maioria são páginas do *Facebook* ou *Blogs* (com *layout* mais elaborado).

As categorias de brechós existentes na cidade são:

- a) **Brechós particulares:** que podem ser direcionados para públicos de níveis socioeconômico diferentes. No entanto não consiste no objetivo deste trabalho discutir a questão dos perfis e níveis de consumidores. Porém se faz necessário mencioná-los.
- b) **Brechó/Bazar filantrópicos:** de instituições religiosas em maioria, seguindo dos pertencentes às instituições que se dedicam a apoiar portadores de algum tipo de necessidade física ou mental.

Geograficamente são:

- b) **Brechós *online*:** criados de várias formas, entre elas, as mais comuns são: ações entre amigas e em segundo lugar as revendedoras de peças adquiridas em brechós filantrópicos onde as peças são mais baratas compensando a revenda.

Entre as informações consideradas para esta pesquisa, não foram registrados os brechós *online* por considerarmos os dados vagos e que requerem um tempo maior para



conferência e constatação da veracidade dos dados. Nem tampouco discutidas questões de qualidade e origem das peças.

**c) Brechós com endereços fixos e/ou itinerantes:**

Possuem localização física com endereço e cadastro nos órgãos públicos. e/ou possuem horários de funcionamento pré-estabelecido.

Os quadros 1 e 2 apresentam a relação das duas categorias pesquisadas: brechós particulares e filantrópicos. Bem como os dados de localização. No quadro 1, dividiu-se em três colunas sendo: A razão social ou nome fantasia conforme registros da Secretaria de Desenvolvimento Econômico da Prefeitura de Blumenau, o endereço e o bairro. No quadro 2 dividiu-se em: nome da entidade, a sigla e o bairro.

**Quadro 1 - Lista de Brechós Particulares ativos na cidade de Blumenau**

BRECHÓS PARTICULARES ATIVOS EM BLUMENAU		
BRECHÓ	ENDEREÇO	BAIRRO
BRECHÓ PINTANDO O SETE	RUA FREI ESTANISLAU SCHAEETTE, 111	AGUA VERDE
BRECHÓ SIMONE LABES	RUA BENJAMIN CONSTANT, 1822	AGUA VERDE
BRECHÓ PASSANDO A LIMPO	RUA BENJAMIN CONSTAN, 584	AGUA VERDE
BRECHÓ CHICA BILICA	RUA BENJAMIM CONSTANT, 1799	ESCOLA AGRÍCOLA
BRECHÓ DA MARI	RUA PAULO ZIMERMANN, 80	CENTRO
BRECHÓ INFANTIL BONECA DE PANO	RUA DUQUE DE CAXIAS, 116	CENTRO
BRECHÓ & CIA	RUA DOUTOR PEDRO FERREIRA, 81	CENTRO
BRECHÓ MLM	RUA SARGENTO CARLOS A. CARVALHO, 55	GARCIA
BRECHÓ DA BETH	R AMAZONAS, 2002	GARCIA
BRECHÓ STYLE ESTILO	RUA DOIS DE SETEMBRO, 3610	ITOUJAVA NORTE
BRECHÓ BRINCADEIRA DE CRIANÇA	RUA ADIR AMORIM, 93	ITOUPAZINHA
BRECHÓ GARIMPOS DA ANA	RUA BAHIA, 1327	SALTO
BRECHÓ INFANTIL SAIA DE FILÓ	RUA JOÃO PESSOA, 1609	VELHA
BRECHÓ MODA & ESTILO D'ZELI	RUA DOS CAÇADORES, 2445	VELHA
BRECHÓ INFANTIL KINDER HAUS	RUA JOINVILLE, 325	VILA NOVA
BRECHÓ SAIA DE FILÓ	RUA JOINVILLE, 266	VILA NOVA

Fonte: Prefeitura Municipal de Blumenau (2019, *site*).

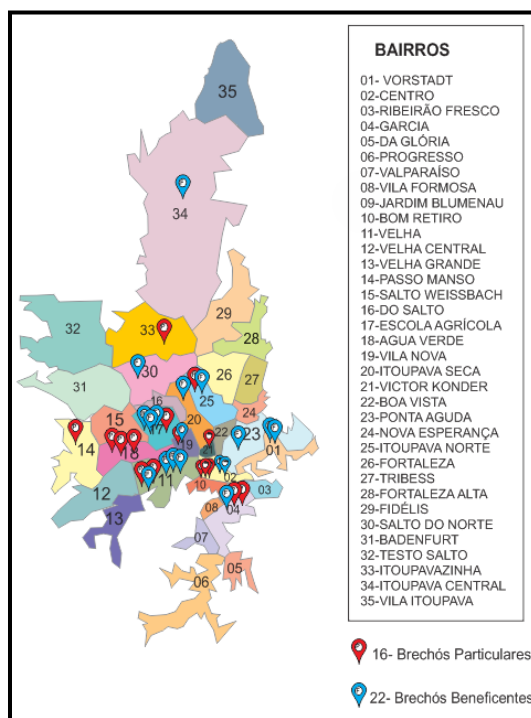
**Quadro 2 - Lista de Brechós Filantrópicos ativos na cidade de Blumenau**

BRECHÓS/BAZAR BENEFICENTES ATIVOS EM BLUMENAU		
ENTIDADE	SIGLA	BAIRRO
BRECHÓ ASSOCIAÇÃO BLUMENAUENSE DE AMPARO AOS MENORES	ABAM	ESCOLA AGRÍCOLA
BRECHÓ ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ALZHEIMER	ABRAZ	ITOUJAVA SECA
BRECHÓ ASSOCIAÇÃO DE AMIGOS, PAIS E PORTADORES DE MIELOMENINGOCELE	AAPPM	ITOUJAVA NORTE
BRECHÓ ASSOCIAÇÃO DE CEGOS DO VALE DO ITAJAÍ	ACEVALI	VELHA
BRECHÓ ASSOCIAÇÃO DE PAIS E AMIGOS DOS EXEPCIONAIS	APAE	VILA NOVA
BRECHÓ ASSOCIAÇÃO DE PROTEÇÃO ANIMAL DE BLUMENAU	APARABLU	SALTO DO NORTE
BRECHÓ ASSOCIAÇÃO DE SENHORAS DE ROTARIANOS DE BLUMENAU	ASR	CENTRO
BRECHÓ ASSOCIAÇÃO DOS DEFENSORES DE ANIMAIS DE BLUMENAU	ADAB	VELHA
BRECHÓ IGREJA DO EVANGÉLIO PLENO	IEP	ITOUJAVA SECA
BRECHÓ CENTRO ESÍRITA CARIDADE SEM FRONTEIRAS	****	GARCIA
BRECHÓ CATEDRAL SÃO PAULO APOSTOLO	CSPA	CENTRO
BRECHÓ CENTRO DE RECUPERAÇÃO NOVA ESPERANÇA	CERENE	ITOUJAVA CENTRAL
BRECHÓ CENTRO ESPÍRITA FÉ AMOR E CARIDADE	CEFAC	VELHA
BRECHÓ FEIRA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA RESVI	RESVI/ITCP/FURB	VICTOR KONDER
BRECHÓ HOSPITAL SANTO ANTÔNIO	HSA	VORSTARDT
BRECHÓ ASSOCIAÇÃO ASSISTENCIAL LAR BETANIA	****	PONTA AGUDA
BRECHÓ PARÓQUIA NOSSA SENHORA APARECIDA	****	ITOUJAVA NORTE
BRECHÓ PARÓQUIA SANTA TEREZINHA	****	ESCOLA AGRÍCOLA
BRECHÓ PARÓQUIA SANTO ANTONIO	****	GARCIA
BRECHÓ PARÓQUIA SÃO FRANCISCO	****	FORTALEZA
BRECHÓ REDE FEMININA DE COMBATE AO CÂNCER	RFCC	VORSTARDT
BRECHÓ SOCIEDADE ESPIRITA ENCONTRO FRATERNAL	SEEF	ESCOLA AGRÍCOLA



Fonte: Prefeitura Municipal de Blumenau (2019, *site*).

A figura 2 que apresenta um mapa de todos os bairros de Blumenau, traz indicativos dos brechós/bazares, tanto particulares, indicados com sinalização em vermelho, quanto os filantrópicos/beneficentes com sinalização em azul.



Fonte: Prefeitura Municipal de Blumenau (2019, *site*).

Figura 2 - Bairros de Blumenau com indicação dos brechós/bazares

Ao observar a figura acima, pode-se constatar que a grande concentração de brechós fica nos bairros mais próximos do centro da cidade como: Velha, Escola Agrícola e Água Verde. Considerando o crescimento visível do número de brechós nos últimos cinco anos, tendo como base de informação a Secretaria de Desenvolvimento Econômico da Cidade de Blumenau. Pode-se constatar um crescimento significativo no consumo de peças de brechós, e esse crescimento nos leva a pensar que o preconceito está cada vez sendo ocupado pelo senso criativo das pessoas e o desapego, que as levam cada vez mais em busca de novas oportunidades. Pude perceber que este comportamento de consumo está passando por uma transformação dos conceitos e concepções de reuso da roupa, tornando os brechós uma tendência no mercado atual.

As modelagens das peças diferentes e inusitadas, uma infinidade de padrões de estampas, e tecidos dos mais diversos permite embarcar numa imensa viagem ao passado e ter certeza que os artigos antigos eram de muita qualidade e isso não se perdeu no tempo. E por meio de consumo de roupas que foram usadas, o sujeito expressa não somente uma



identidade visual, mas incorpora elementos que um dia estiveram ligados ao passado e hoje passam a agregar novos significados. Por mais que as grifes queiram se inspirar na moda *retrô* ligada em uma suposta memória, é no brechó ou nas peças de segunda mão que se pode encontrar algo realmente pertencente a outro tempo e assim constituir um diálogo entre memória, narrativa e contemporaneidade.

Há muito mais para ser pesquisado nesta área de reuso da roupa, que está diretamente (desde o princípio de sua existência) ligada à questão da economia solidária. Informalmente, sabe-se que existem muitos brechós funcionando em residências, na informalidade (sem registros). Investigar este fato, bem como, investigar de forma mais apurada os brechós online pode mostrar com propriedade a amplitude deste mercado e indicar outras possibilidades para o brechó da Rede de Economia Solidária do Vale do Itajaí (RESVI). Os objetivos definidos inicialmente foram alcançados, superando as expectativas, para o que é neste momento a primeira pesquisa científica acerca da roupa de segunda mão e os espaços de comercialização na cidade de Blumenau, por um viés sociológico.

## REFERÊNCIAS

BRAGA, João. **Reflexões sobre moda**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

Vol. IV

BRASIL. Presidência da República. **Constituição da República Federativa do Brasil, de 5 de outubro de 1988**. Brasília, 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/%20Constituicao/Constituicao.html](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/%20Constituicao/Constituicao.html)>. Acesso em: 02 set. 2019.

HANSEN, Karen Tranberg. Second-hand Clothing Encounters in Zambia: global discuses, western commodities, and local histories. **África**, v. 69, n. 3, pp. 343-365, 1999.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

McCRACKEN, Grant. **Cultura & consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2010.

MIRANDA, Victor Fernandes Duarte; DUTRA, Lucas de Menezes. **COMUNICAÇÃO, MODA E MEMÓRIA: A roupa de brechó como parte do processo de construção da narrativa do indivíduo**. TCC (Curso de Comunicação Social - habilitação Publicidade e Propaganda). Universidade de Brasília - UNB. Brasília D/F. 2013