

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – RELAÇÕES PÚBLICAS

Gustavo Weber Ouriques

**MEU PRIMEIRO GARIMPO: MODA CIRCULAR E MAPA DE  
BRECHÓS EM SANTA MARIA - RS.**

Santa Maria, RS  
2023

Gustavo Weber Ouriques

**MEU PRIMEIRO GARIMPO: MODA CIRCULAR E MAPA DE BRECHÓS EM  
SANTA MARIA - RS.**

Projeto experimental apresentado ao Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), como requisito parcial para a obtenção do título de **Bacharel em Comunicação Social - Relações Públicas**.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup> Dra. Carlise Porto Schneider Rudnicki

Santa Maria, RS, Brasil  
2023

**Gustavo Weber Ouriques**

**MEU PRIMEIRO GARIMPO: MODA CIRCULAR E MAPA DE BRECHÓS EM  
SANTA MARIA - RS.**

Projeto experimental apresentado ao Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), como requisito parcial para a obtenção do título de **Bacharel em Comunicação Social - Relações Públicas**.

Aprovado em \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2023.

---

Carlise Porto Schneider Rudnicki, Dra. (UFSM)  
(Presidente/Orientadora)

---

Claudia Regina Zilioto Bomfá, Dra. (UFSM)

---

Jozene Noal de Oliveira, Ma. (UFSM)

Santa Maria, RS  
2023

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, expresso minha profunda gratidão a Deus pela oportunidade de uma nova chance de viver e por permitir que eu perseguisse meus objetivos.

Quero dedicar um especial agradecimento à minha mãe, Maria, pela generosidade de seu amor incondicional e constante suporte. Sou imensamente grato por seu apoio aos meus sonhos e pela crença inabalável em meu potencial.

À minha amada avó, Sara, que sempre fez o impossível por mim, expresso minha mais profunda gratidão pelo seu amor e cuidado dedicado.

Ao meu irmão, Davi, razão da minha felicidade, que trouxe ainda mais amor à minha vida.

À minha irmã, Bruna, que torna minha jornada na vida mais leve, sendo meu porto-seguro, minha primeira amiga, a pessoa em quem posso confiar e contar em todos os momentos.

Aos meus companheiros de quatro patas: minha filha felina, Seulgi, e minha sobrinha canina, Brie, sou grato por tanto amor que recebo de vocês. E ao meu anjo, Suguri, que foi o melhor cachorro e companheiro que alguém poderia ter.

Um agradecimento especial à minha orientadora, Carlise, por todos os cafês, trabalhos e aulas, pela paciência e compreensão em todos os momentos. Meu respeito e admiração a você são imensuráveis.

À Universidade Federal de Santa Maria, que me acolheu ao longo desses anos, especialmente à assistência estudantil, que desempenhou um papel fundamental em garantir minha permanência na Universidade.

E aos amigos que cruzaram meu caminho e aos que sempre estiveram presentes, cada um de vocês deixou uma marca em tudo que faço. Obrigado por tanto apoio e pelos preciosos momentos compartilhados.

*"The most exciting, challenging and significant relationship  
of all is the one you have with yourself."*

(Carrie Bradshaw, **Sex and the City**)

## RESUMO

### MEU PRIMEIRO GARIMPO: MODA CIRCULAR E MAPA DE BRECHÓS EM SANTA MARIA

AUTOR: Gustavo Weber Ouriques  
ORIENTADORA: Carlise Porto Schneider Rudnicki

O presente projeto experimental visou explorar e disseminar a cultura de brechós como uma ferramenta para a conscientização e a difusão de conhecimento sobre a moda circular e fomentar discussões sobre adesão à prática de consumo sustentável na cidade de Santa Maria, RS. A metodologia adotada fundamentou-se na criação de conteúdo específico para a plataforma Instagram, destacando-se a produção de informações relacionadas à moda e à economia circular, bem como a elaboração de um mapa de brechós na localidade. Para embasar teoricamente o trabalho, recorremos a conceitos essenciais relacionados à moda circular, com base nos autores McRobbie (2005), Ellen MacArthur Foundation, Kim, Jung e Lee (2021), Lipovetsky (1989), Hall (1968), Blackman (2005), Sull e Turconi (2008) e Tórtaro (2017). A comunicação organizacional foi abordada com base nas contribuições de Kunsch (2014) e Baldissera (2009), enquanto as questões de redes sociais e interatividade foram discutidas à luz de Correa (2005 apud Terra, 2006), Amaral (2016), Blumer (1980 apud Amaral, 2016), Recuero (2009 apud Amaral, 2006), Ferreira e Chiareto (2021), Jenkins (2008), Terra (2006) e Georgieva A e Djoukanova A (2014). A análise de métricas e impacto social foi adotada como instrumento para mensuração do projeto, avaliando o desempenho nas redes sociais. Ao conectar teoria e prática, o experimento evidenciou a relevância da integração entre estudos acadêmicos e serviço à comunidade. A comunicação, nesse contexto, emerge como uma ferramenta valiosa para engajar o público, disseminar informações pertinentes e promover mudanças positivas. Ao final, através da experimentação, instaurou-se um meio para que a comunidade dê os primeiros passos na adoção de práticas de moda sustentável, impactando positivamente a cultura de brechós e incentivando comportamentos mais conscientes.

**Palavras-chave:** Moda circular. Brechós. Comunicação. Instagram.

## **ABSTRACT**

### **MY FIRST THRIFTING: CIRCULAR FASHION AND THRIFT STORES MAP IN SANTA MARIA**

**AUTHOR:** Gustavo Weber Ouriques  
**ADVISOR:** Carlise Porto Schneider Rudnicki

This experimental project aimed to explore and disseminate thrift store culture as a tool for raising awareness and disseminating knowledge about circular fashion and stimulating discussions about adherence to the practice of sustainable consumption in the city of Santa Maria, RS. The methodology adopted was based on the creation of specific content for the Instagram platform, highlighting the production of information related to fashion and circular economy, as well as the elaboration of a thrift store map in the locality. The theoretical foundation of the work we used essential concepts related to circular fashion, based on the authors McRobbie (2005), Ellen MacArthur Foundation, Kim, Jung and Lee (2021), Lipovetsky (1989), Hall (1968), Blackman (2005), Sull and Turconi (2008), and Tórtaro (2017). Organizational communication was approached based on the contributions of Kunsch (2014) and Baldissera (2009), while issues of social networks and interactivity were discussed in the light of Correa (2005 apud Terra, 2006), Amaral (2016), Blumer (1980 apud Amaral, 2016), Recuero (2009 apud Amaral, 2006), Ferreira and Chiareto (2021), Jenkins (2008), Terra (2006), and Georgieva A and Djoukanova A (2014). The analysis of metrics and social impact was adopted as an instrument for measuring the project, evaluating performance on social networks. By connecting theory and practice, the experiment highlighted the relevance of integrating academic studies and community service. Communication, in this context, emerges as a valuable tool for engaging the public, disseminating pertinent information and promoting positive changes. In the end, through experimentation, a means was established for the community to take the first steps in adopting sustainable fashion practices, positively impacting thrift store culture and encouraging more conscious behaviors.

**Keywords:** Circular fashion. Thrift shops. Communication. Instagram

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 — Página de busca por “brechó” no Pinterest.....	24
FIGURA 2 — Página de busca por “moda circular” no Pinterest.....	24
FIGURA 3 — Página de busca por “moda circular brechó” no Behance.....	25
FIGURA 4 — Colagem de capturas de tela de referências de perfis do Instagram.....	26
FIGURA 5 — Publicação Inicial 1 do perfil @meuprimeirogarimpo.....	36
FIGURA 6 — Publicação Inicial 2 do perfil @meuprimeirogarimpo.....	36
FIGURA 7 — Publicação Inicial 4 do perfil @meuprimeirogarimpo.....	37

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 — Etapas de realização do projeto.....	21
TABELA 2 — Estabelecimentos presentes no Mapa de Brechós.....	28
TABELA 3 — Conteúdo para o perfil.....	32

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>10</b>
<b>2 MODA CIRCULAR</b>	<b>13</b>
<b>3 REDES SOCIAIS: INTERATIVIDADE NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO</b>	<b>16</b>
3.1 Comunicação Organizacional	16
3.2 As redes sociais como aparato de produção de conteúdo	17
<b>4 O PROJETO</b>	<b>21</b>
4.1 Metodologia de Criação	22
4.1.1 Referências para o Projeto	23
4.1.2 Criação do Mapa de Brechós	27
4.2 Plataforma de Divulgação	29
4.3 Estratégia de Divulgação	30
4.4 Desenvolvimento do conteúdo	31
4.5 Mensuração	38
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>40</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>43</b>
<b>Apêndice A</b>	<b>45</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O nascimento do projeto "Meu Primeiro Garimpo" emerge das experiências imersivas na dinâmica da moda circular e economia criativa na cidade de Santa Maria - RS. Mensalmente, a cidade abriga eventos como feiras de brechós e manifestações artísticas, proporcionando um ambiente vibrante onde araras repletas de peças de segunda mão encontram seu lugar. A adesão da comunidade vai além do simples consumo, transformando-se em uma cultura de brechós na qual dicas, recomendações e o acompanhamento de diversas lojas são compartilhados.

Contudo, esse cenário revela uma lacuna significativa na mobilização e conscientização da população local sobre os princípios da moda circular e a situação do mercado têxtil global. Este trabalho propõe abordar e explorar essas questões, lançando luz sobre a lógica da moda circular, suas relações com subculturas e a influência da cultura da convergência e interacionismo simbólico. A concretização dessas análises culmina na produção de conteúdo, representando a terceira parte estrutural do trabalho.

Este trabalho está dividido em três seções principais: moda circular, redes sociais (interatividade na produção de conteúdo) e o projeto "Meu Primeiro Garimpo" como um todo. O objetivo é aprofundar a compreensão teórica e prática desses conceitos interligados.

O objetivo do trabalho é ser um instrumento de conscientização e difusão para instigar o conhecimento sobre a moda circular e fomentar discussões sobre adesão à prática de consumo sustentável, especificamente no contexto da cultura de brechós em Santa Maria. Além disso, mais especificamente, buscou-se por:

- elaborar e disseminar conteúdos informativos sobre moda e economia circular, destacando a importância da economia criativa, do consumo consciente publicações estrategicamente planejadas;
- informar os seguidores acerca da indústria têxtil, seus impactos ambientais e sociais, proporcionando conhecimento sobre as alternativas sustentáveis disponíveis;
- desenvolver um mapa personalizado que identifique e localize os brechós presentes em Santa Maria, promovendo a acessibilidade e facilitando a integração da população com esses estabelecimentos.

Na primeira seção, exploro a lógica da moda circular e sua relação com o desenvolvimento de brechós. Ancoro-me nas subculturas que impulsionam esse fenômeno.

Na segunda seção, concentro-me na análise teórica da participação do usuário na produção de conteúdo nas redes sociais, ressaltando o papel fundamental dessas plataformas na comunicação contemporânea. Por fim, a terceira seção delinea o projeto "Meu Primeiro Garimpo", fornecendo informações detalhadas sobre a plataforma, estratégias de divulgação, desenvolvimento de conteúdo e métodos de mensuração.

O desenvolvimento do trabalho baseou-se nas estratégias e entendimento de Kunsch (2014), Baldissera (2009) para introduzirmos a comunicação organizacional, fator principal para entendermos a lógica e propósito da criação de conteúdo para empresas. Ainda, a visão de Correa (2005 apud Terra, 2006), Amaral (2016), Blumer (1980 apud Amaral, 2016), Recuero (2009 apud Amaral, 2006) Ferreira e Chiareto (2021), Jenkins (2008), Terra (2006) e Georgieva A e Djoukanova A (2014) para nos conectarmos com os conceitos de redes sociais e produção de conteúdo. Além de apoiar o centro do conteúdo da moda circular em McRobbie (2005), Ellen MacArthur Foundation, Kim, Jung e Lee (2021), Lipovetsky (1989), Hall (1968), Blackman (2005), Sull e Turconi (2008) e Tórtaro (2017), para entender e aprofundar os conceitos do trabalho.

A compreensão aprofundada da moda e da economia circular assume uma relevância crucial na contemporaneidade, proporcionando bases sólidas para iniciativas que visam à construção de uma sociedade mais consciente e cooperativa. O advento das redes sociais emergiu como um catalisador poderoso nesse processo, permitindo a disseminação eficaz de conceitos e práticas sustentáveis. No âmbito desse entendimento, as redes sociais não apenas desempenham um papel de veículo informativo, mas também se estabelecem como plataformas dinâmicas para a promoção e integração de ideias relacionadas à moda circular.

Ao explorar os intrincados mecanismos da moda e da economia circular, por meio das redes sociais, os indivíduos são incentivados a adotar práticas mais conscientes e sustentáveis em suas escolhas cotidianas. A proximidade proporcionada pelas redes sociais dissolve barreiras geográficas, engajando uma audiência diversificada em diálogos significativos sobre as implicações socioambientais da indústria da moda. Este trabalho, ao aprofundar-se nesse cenário, propõe uma análise específica, enraizada na premissa de que, mesmo em meio às complexidades da sociedade contemporânea, o entendimento da moda e economia circular, mediado pelas redes sociais, representa um notável avanço em direção a uma transformação coletiva.

A concretização da experimentação delineada no âmbito do projeto manifestou-se mediante a oportunidade de elaborar um produto comunicacional direcionado à disseminação de informações e notícias, concernentes ao universo da moda circular. Este enfoque foi

motivado pela observação do expressivo interesse da comunidade em se engajar e adquirir conhecimento por meio da criação de conteúdo nas plataformas de redes sociais. A decisão de aplicar na prática as teorias e técnicas assimiladas ao longo dos cinco anos de percurso acadêmico no curso de Relações Públicas se pautou, sobretudo, no propósito de atender ao interesse coletivo da comunidade, desempenhando o papel de serviço informativo, educacional e promocional no âmbito da moda circular na localidade.

Minha trajetória acadêmica e profissional, permeada por experiências em comunicação, *marketing*, *design* e *copywriting*, convergem neste projeto. Enquanto praticante das relações públicas, concebi este trabalho como um serviço à comunidade de Santa Maria. Cada publicação reflete a síntese de aprendizados e habilidades adquiridos ao longo da graduação, proporcionando uma abordagem abrangente e multifacetada.

Além do desenvolvimento profissional, minha jornada pessoal contribuiu para a conscientização sobre sustentabilidade, transcendendo o âmbito ambiental para alcançar aspectos individuais. O projeto busca não apenas integrar diversas facetas de minha experiência profissional mas, acima de tudo, servir ao interesse comum do desenvolvimento sustentável por meio da promoção da moda circular em Santa Maria.

Dessa forma, nos capítulos subsequentes serão abordados aspectos essenciais relacionados à moda circular, subculturas, cultura da convergência e interacionismo simbólico. Cada seção descreve camadas adicionais deste panorama, promovendo um diálogo sobre a interseção entre moda, sustentabilidade e a influência das redes sociais.

Ao chegar ao fim do trabalho, deparamo-nos com reflexões conclusivas decorrentes da implementação e análise crítica do projeto. Evidencia-se, assim, que persiste um terreno fértil para iniciativas e concepções inovadoras, especialmente aquelas voltadas à promoção da sustentabilidade. O projeto logrou êxito em alcançar seus objetivos e almeja manter-se ativo, configurando-se como um meio para que os cidadãos de Santa Maria possam dar seus primeiros passos no universo da moda circular.

## 2 MODA CIRCULAR

A compreensão da lógica subjacente à moda circular é embasada na pesquisa de Kim, Jung e Lee (2021), os quais exploram a interseção dos conceitos de moda e economia circular. Segundo esses autores, "é baseada em uma economia com um ciclo fechado que minimiza a poluição ambiental reciclando resíduos e reduzindo o consumo de recursos. A moda sustentável é um movimento e compromisso para promover uma mudança nos produtos de moda e no sistema de moda em direção a uma maior integridade ecológica e justiça social" (KIM, JUNG e LEE, 2021, p.2, tradução nossa).

A Ellen MacArthur Foundation (2022), dedicada a temas abrangentes da economia circular, contribui para o entendimento ao abordar a compensação e a garantia de utilidade e reutilização de produtos. Este feito é alcançado por meio da prática do repasse e do consumo cíclico dos produtos, preservando sua utilidade e valor ao longo de todo o seu ciclo de vida. De acordo com a fundação, a economia circular se fundamenta em três princípios orientados pelo design: eliminação de resíduos e poluição, circulação de produtos e materiais em seu valor mais alto, e regeneração da natureza.

Além disso, de acordo com a obra de Amaral et al. (2019, p. 2), que aborda a temática da moda circular no Brasil, propõe-se "repensar o design, a proposição de valor e o ciclo de vida do produto para promover sistemas naturais e sociais regenerativos que redefinem o significado de sucesso". As considerações acerca da moda circular no Brasil envolvem a compreensão de que o país detém uma cadeia produtiva completa, desde a produção até a distribuição, operando em um modelo linear de "tire-produza-descarte". Nesse contexto, é crucial compreender como a inovação no âmbito da moda, especificamente a revolução promovida pela economia circular, influencia esse paradigma e qual é o impacto resultante sobre o setor produtivo têxtil nacional.

A perspectiva delineada pela economia circular propõe uma abordagem e relacionamento distintos com os produtos do cotidiano, incluindo a moda. Esta última, conforme observado por Gilles Lipovetsky em sua obra de 1989, tornou-se efêmera ao longo do tempo. Lipovetsky destaca que a moda é uma forma específica de mudança social, desvinculada de objetos particulares, mas intrinsecamente relacionada a conceitos voltados à classe e economia.

As transformações sociais evidenciam uma transição na percepção da moda, anteriormente vista como algo personalizado e exclusivo de determinadas classes, para uma orientação comercial com a ascensão da produção industrial de moda em detrimento do vestuário de alfaiates e *haute couture*. Essa revolução, conforme observado por Gilles Lipovetsky, acarretou um acelerado estilo de vida alinhado à produção e confecção de roupas, onde a efemeridade é tanto um resultado quanto uma causa do lucro.

Os movimentos juvenis desempenharam um papel fundamental na configuração da cultura de brechós, precursora do fenômeno contemporâneo. Stuart Hall, em sua obra de 1968, destaca o movimento hippie como um dos precursores dessa subcultura. Este movimento emergiu como uma expressão contracultural, buscando se distanciar da classe média americana, desafiando normas estabelecidas e identificando-se mais fortemente com os estratos sociais menos privilegiados. Esse afastamento da moda dominante dos anos 1950 na América não se deu apenas por meio de um estilo de vida alternativo, mas também pela escolha deliberada de vestimentas de segunda mão, visando parecer pertencer a uma classe social inferior, como uma forma de se distinguir da sociedade convencional e padrões da época.

Angela McRobbie (1994) contextualiza esse fenômeno na Grã-Bretanha do pós-guerra, identificando vestígios iniciais da cultura de brechós no uso generalizado de roupas de segunda mão, especialmente uniformes militares. O exemplo emblemático das roupas utilizadas pelos integrantes dos The Beatles para o álbum Sgt. Pepper ilustra essa tendência. McRobbie ressalta que "As roupas [...] constituíam um desafio à conformidade cinza da vestimenta masculina e uma apropriação impertinente de trajes oficiais para trajes civis anti autoritários e hedonistas" (McROBBIE, 1994 p.132, tradução nossa).

A noção de subcultura, entendida como a atuação do sujeito na sociedade que, embora distinta, mantém uma relação com a cultura dominante, seja por meio de exclusão social ou de classe (Blackman, 2005), é fundamental para compreender as origens da cultura de brechós. Os interesses dessa contracultura por roupas e acessórios despertaram o interesse de comerciantes de ruas e feiras, culminando na criação de estabelecimentos específicos onde tais peças poderiam ser adquiridas.

Essas influências históricas, provenientes dos movimentos juvenis e das subculturas que os permeiam, lançaram as bases para a emergência e evolução da cultura de brechós. Ao longo do tempo, essa cultura passou por diversas transformações, encontrando expressão contemporânea em plataformas digitais e mídias sociais. A integração dessas influências históricas com as dinâmicas atuais contribui para a compreensão abrangente da cultura de

brechós como um fenômeno multifacetado, que transcende as simples práticas de consumo para refletir valores culturais, sociais e econômicos mais amplos.

Em um contexto contemporâneo marcado pela ascensão do *fast-fashion*, definido por Sull e Turconi (2008) como a estratégia de varejo de adaptação rápida às tendências da moda, a indústria têxtil contribui substancialmente para o efeito estufa. Contrapondo-se a esse cenário, destaca-se a relevância da sustentabilidade fomentada por uma cultura de brechós. Por meio da moda circular, os brechós buscam direcionar uma atenção renovada ao ciclo de vida de peças de vestuário, acessórios e calçados, conferindo maior importância ao fator ecológico.

No âmbito brasileiro, os estabelecimentos conhecidos como brechós têm suas raízes historicamente associadas a Belchior, um mascate mencionado por Tótaró (2017). Belchior, através de sua residência denominada "Casa de Belchior", emergiu como precursor na comercialização de roupas e outros itens de segunda mão. Essa iniciativa seminal representa a gênese do que, contemporaneamente, reconhecemos como a expressão "brechó". A contribuição pioneira de Belchior delineia a evolução desse tipo de estabelecimento, estabelecendo as bases para sua consolidação e perpetuação no cenário brasileiro.

Além disso, é digno de nota o papel contemporâneo dos brechós, que se integraram às mídias sociais, adotando um modelo de negócio digital através de sites ou perfis em redes sociais. Esta abordagem facilita a divulgação de peças, acervos, garimpos e promoções, ampliando consideravelmente seu alcance e impacto sobre um público mais amplo.

### **3 REDES SOCIAIS: INTERATIVIDADE NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO**

Neste capítulo, exploraremos dois temas fundamentais no contexto deste trabalho. Inicialmente, abordaremos a comunicação organizacional, considerando-a como alicerce para a compreensão da ação comunicacional planejada efetuada pelo projeto "Meu Primeiro Garimpo". Partindo das contribuições de autores como Kunsch (2014) e Baldissera (2009), analisaremos como a comunicação organizacional se manifesta nas interações entre o empresa, nesse caso, projeto, e seu público, destacando a valorização de interações simbólicas para afirmar a imagem da iniciativa junto aos públicos de interesse.

Posteriormente, adentraremos ao universo das redes sociais e interatividade, fundamentais na estratégia de divulgação do projeto. A compreensão desses elementos se torna crucial, uma vez que a plataforma principal escolhida, o Instagram, desempenha papel central na criação de conteúdo e interação com a comunidade. Exploraremos conceitos de interatividade em redes sociais, destacando a importância dessa dinâmica na construção de engajamento e disseminação de informações sobre moda circular, economia criativa e cultura de brechós.

#### **3.1 Comunicação Organizacional**

No contexto da criação de conteúdo nas redes sociais, é crucial fundamentar-se nos princípios da comunicação organizacional. O presente projeto é abordado como uma ação comunicacional planejada, onde a compreensão dessa premissa é vital. Segundo Kunsch (2014) e Baldissera (2009), a comunicação organizacional se manifesta e se desenvolve a partir das interações da organização com seu público, destacando a importância das interações simbólicas. Estas têm o propósito de afirmar, ressaltar e reforçar a imagem da organização junto aos seus públicos de interesse. O embasamento teórico dessas perspectivas proporciona um arcabouço robusto para a compreensão da dinâmica comunicativa nas redes sociais, permeando a criação de conteúdo com uma orientação estratégica voltada para a construção e consolidação da identidade organizacional.

Nesse cenário, é possível inferir que as práticas comunicacionais adotadas no projeto não são aleatórias, mas sim respaldadas por um entendimento sólido das dinâmicas de interação simbólica e construção de imagem. Ao considerarmos a comunicação organizacional como o cerne desse processo, reconhecemos a necessidade de uma abordagem estratégica na criação de conteúdo, visando não apenas a disseminação de informações, mas também a construção de uma narrativa coerente e alinhada com os objetivos e valores do projeto.

### **3.2 As redes sociais como aparato de produção de conteúdo**

No âmbito das redes sociais, é relevante evocar o conceito de "Cultura da Convergência" delineado por Henry Jenkins em 2008. Este conceito destaca a interação entre os sujeitos, que desempenham papéis tanto de produtores quanto de consumidores, dentro de uma cultura popular convergente. Em cada comunidade digital, os indivíduos exercem distintos níveis de influência e interferência, contribuindo para a construção dinâmica dessa cultura convergente. Jenkins também introduz a noção contemporânea de interatividade nas mídias sociais digitais, caracterizando-a como a forma como as novas tecnologias respondem ao feedback do consumidor.

Ao trazer essas reflexões para o âmbito da moda e comunicação, percebemos que a "Cultura da Convergência" não apenas reflete as dinâmicas sociais online, mas também se conecta intimamente com a forma como a moda é percebida, compartilhada e vivenciada nesses espaços digitais. A interatividade desempenha um papel crucial na construção da narrativa da moda, permitindo que os consumidores participem ativamente da produção e disseminação de conteúdo relacionado a brechós, economia circular e outros temas pertinentes. Assim, as redes sociais não apenas refletem as tendências de moda, mas também se tornam agentes ativos na construção e transformação dessas tendências, influenciando e sendo influenciadas pela cultura de brechós e moda circular.

A autora Ines Amaral (2006) incita uma reflexão sobre a distinção entre sites de redes sociais e social media. Ela destaca que tal diferenciação pode ser operacionalizada pelo propósito das ferramentas de comunicação, sem invalidar a possibilidade de apropriação mútua. Nesse contexto, Recuero (2009, p. 102) traz que "a grande diferença entre sites de redes sociais e outras formas de comunicação mediada por computador é o modo como

permite a visibilidade e articulação das redes sociais" (apud AMARAL, 2016, p. 139). Assim, a comunicação e interação emergem como elementos cruciais para as redes sociais na internet.

A compreensão do Instagram, adotado como a principal plataforma de divulgação neste trabalho, revela-se fundamental para apreciar a dinâmica baseada no compartilhamento de conteúdo e interação entre os usuários. Este engajamento e interferência no conteúdo de cada perfil resultam na convergência de grupos em uma mesma rede, conforme seus interesses específicos, assim

Efectivamente, as redes sociais online são compostas por padrões de interação entre actores. Estes modelos resultam em laços sociais diferentes dos tradicionais e decorrem de ferramentas técnicas de comunicação e interação que potenciam a criação destas redes e de grupos dentro destas. (Amaral, 2016, p. 170).

A participação e engajamento nas redes sociais ocorrem por meio da troca de conteúdo, interação e feedback. Essa dinâmica redefine a perspectiva de consumo, orientando-se para a participação ativa, personalização e transações, valorizando os serviços imateriais oferecidos pela rede. A interatividade simbólica, conforme proposto por Blumer (1980), representa um modelo de interação comunicacional, evidenciando a interação social de sujeitos com objetos e seus significados. Esse processo alimenta a base que sustenta o perfil na rede social, onde os consumidores potencializam a produção de conteúdo. Assim, "As mudanças introduzidas pelas novas ferramentas de comunicação potenciam o fenómeno do Consumidor 2.0, agregado em comunidades de consumidores" (Amaral, 2016, p. 181).

A utilização das redes sociais, sob a perspectiva do Consumidor 2.0, proporciona "a apropriação das ferramentas técnicas, transformando-as em vias de circulação de conteúdo e conversação" (Amaral, 2016, p. 189). Essa circulação de conteúdo nas redes sociais se apresenta como uma oportunidade para repensar e criar estratégias de produção de conteúdo, uma vez que o grupo de consumidores converge dentro do mesmo perfil, buscando e recebendo os serviços proporcionados pelas novas ferramentas.

Nessa perspectiva adicional, destaca-se a relevância das redes sociais, especificamente no que concerne à produção de conteúdo destinado à divulgação em diversas mídias. Segundo Ferreira e Chiareto (2021), a produção de conteúdo e sua subsequente análise desempenham um papel crucial na garantia de assertividade em escolhas futuras de conteúdo. Esse processo ocorre, pois o público tende a assimilar de forma mais eficaz o conteúdo que está alinhado com o propósito da marca.

A utilização estratégica das redes sociais é considerada uma ferramenta crucial, senão a principal, no âmbito da comunicação de projetos. No contexto contemporâneo, as redes sociais representam um canal de comunicação eficaz para estabelecer conexões diretas com o público estratégico, proporcionando um alcance abrangente, além de que ao reconhecermos seu potencial como um meio de interação dinâmica, os projetos podem alavancar a visibilidade e impacto por meio dessas plataformas. Ainda que

Um dos fatores principais é etapa corresponde à construção da estratégia de comunicação digital que inclui determinar que ferramentas serão utilizadas: e-mail marketing, fóruns, website, intranets, portais corporativos, ferramentas de busca, transações multimídia, blogs, podcasts, mensagens instantâneas, etc." (CORREA, 2005, p. 107 apud TERRA, 2006, p. 71)

As autoras Georgieva A e Djoukanova A (2014), em seu trabalho, introduzem o conceito abrangente de conteúdo digital, abordando desde objetos baseados em bits distribuídos eletronicamente até estratégias de marketing de conteúdo. Este último, aplicando a criação de conteúdo com o intuito de conversão em lucro. Entretanto, é importante ressaltar que tal abordagem não se aplica ao presente projeto. Nesse contexto, situamo-nos entre as considerações apresentadas pelas autoras, enfatizando que o conteúdo digital se identifica mais como um serviço do que como um produto, concentrando-se predominantemente na esfera de serviços. A mediação entre conhecimento e descoberta assume uma natureza intangível do ponto de vista do conteúdo e serviço prestado, proporcionando ao consumidor informações mais abrangentes do que meramente os atributos do produto em si.

O propósito do projeto não se restringe a servir como um simples meio de divulgação individual dos brechós da cidade; em vez disso, almeja desempenhar um papel mais abrangente ao transmitir notícias, fornecer informações e instigar discussões relevantes sobre a moda circular local. O enfoque primordial visa posicionar-se como uma ferramenta dinâmica, indo além da concepção convencional de um canal de comunicação direto com os brechós da cidade. Essa abordagem mais ampla busca catalisar um impacto significativo na conscientização e no engajamento em torno dos princípios da moda circular na comunidade. Dessa forma, "O relacionamento organizacional via web permite que a empresa tenha um meio a mais para a divulgação institucional e para a construção de reputação, além de ser uma ferramenta que complementa os demais veículos de comunicação." (Terra, 2006, p. 73)

A utilização de redes sociais como plataforma de divulgação emerge como um elemento crucial no contexto de estratégias de comunicação, seja para empresas ou projetos, devido à sua efetividade e transparência. Essa importância é ainda mais evidente em projetos,

principalmente quando consideramos sua extensão e alcance orgânicos. A estratégia adotada nesse contexto é percebida como um instrumento para ampliar a consciência coletiva por meio da divulgação do projeto, tendo em vista que

"As ações isoladas de comunicação de marketing e relações públicas são insuficientes para fazer frente aos novos mercados competitivos e para o relacionamento com os públicos e/ou interlocutores dos diversos segmentos. Estas são cada vez mais exigentes e exigem das organizações responsabilidade social, atitudes transparentes, comportamentos éticos, respeito pela preservação do planeta etc., graças a uma sociedade mais consciente e a uma opinião pública sempre vigilante. E, neste contexto, a comunicação torna-se estratégica e a sua gestão deve ser vista sob uma nova visão do mundo e numa perspectiva interdisciplinar." (Kunsch 2014 p. 41, tradução nossa)

Dessa forma, o produto delineado neste projeto assume a forma de um Projeto Experimental em Comunicação, que visa a divulgação de um serviço específico, focado na educação em brechós e moda circular, a ser promovido no Instagram. Essa estratégia compreende a criação de conteúdo direcionado à referida rede social, objetivando assim a disseminação de informações da economia circular de brechós na cidade.

## 4 O PROJETO

Neste capítulo, colocamos em prática a abordagem experimental, seguindo a visão de Gil (2008, p. 52) é “o delineamento experimental consiste em determinar um objeto de estudo, selecionar as variáveis que seriam capazes de influenciá-lo, definir as formas de controle e de observação dos efeitos que a variável produz no objeto”. A execução consistiu na criação de um produto comunicacional no Instagram, com o propósito de oferecer um serviço de divulgação de informações relacionadas à moda e economia circular, focando na cultura de brechós em Santa Maria. Este capítulo aborda diversos tópicos, oferecendo uma visão geral sobre a concepção do projeto, a escolha da plataforma de divulgação, a estratégia adotada, o desenvolvimento do conteúdo, e a análise dos resultados obtidos. Detalhes dos passos realizados podem ser consultados no quadro apresentado abaixo.

Tabela 1 - Etapas de realização do projeto

<b>Etapa</b>	<b>Descrição</b>
Estudo sobre Moda Circular	Buscar artigos, notícias e informações sobre moda circular, mercado têxtil e sustentabilidade
Criação de conteúdo	Definir as linhas editoriais e realizar a criação de conteúdo como direção de arte e <i>copywriting</i>
Busca por brechós em Santa Maria	Realizar pesquisas na internet e nas ruas sobre os brechós da cidade.
Criação do Mapa de Brechós	Criar o mapa personalizado na plataforma My Maps, apontando os existentes e criando espaço para aqueles não mapeados na plataforma
Divulgação	Divulgar o conteúdo e o mapa em um único momento no Instagram, a fim de ter o conteúdo disponível e acessível para todos que buscarem por “Brechos em Santa Maria” na rede social.

Fonte: Próprio Autor (2023)

O foco principal reside na efetividade do produto comunicacional, almejando alcançar a estratégia certa de divulgação nas redes. A escolha do Instagram como plataforma de divulgação se baseia na sua relevância e alcance, proporcionando um canal eficiente para disseminar informações sobre moda circular e brechós. A estratégia delineada, por sua vez, visa otimizar a visibilidade e interação, ampliando a consciência coletiva sobre questões relacionadas à sustentabilidade na moda.

A avaliação da execução discorre na análise de resultados, uma vez que estes determinam a avaliação da eficácia do projeto. Este capítulo, assim, estabelece as bases para uma compreensão aprofundada do "Meu Primeiro Garimpo" ao olhar o perfil @meuprimeirogarimpo<sup>1</sup>.

#### 4.1 Metodologia de Criação

A concepção do projeto originou-se da necessidade de mapear e identificar brechós na cidade de Santa Maria. Embora muitas lojas mantenham perfis e grupos em redes sociais, há estabelecimentos dos quais pouco se tem conhecimento ou cuja localização exata não é amplamente conhecida. Diante desse cenário, surgiu a ideia de mapear esses locais e apresentá-los em um mapa personalizado<sup>2</sup>.

Além de propor um guia para localizar brechós, considerou-se a importância da educação coletiva. Nesse sentido, o projeto visa compartilhar informações sobre a indústria têxtil, moda circular e a economia relacionada aos brechós.

Cabe ressaltar que, durante o desenvolvimento do presente projeto, um grupo de pesquisa da Universidade Federal de Santa Maria criou a iniciativa "Trilhando Brechós". Essa proposta consiste em colaborativamente elaborar um mapa de brechós, visitando esses estabelecimentos e documentando suas características. Diante desse contexto, o projeto "Meu Primeiro Garimpo" reorientou sua abordagem e estratégia de criação de conteúdo e divulgação. O objetivo passou a ser a diferenciação em relação aos colegas da universidade, buscando ser, conforme sugere o próprio nome, o primeiro ponto de contato da população

---

<sup>1</sup> Perfil no Instagram disponível em <https://instagram.com/meuprimeirogarimpo>

<sup>2</sup> Mapa personalizado disponível em: [https://www.google.com/maps/d/u/0/edit?mid=1ur\\_qOYOjj\\_tvEMKRwpIgKHATd7KTsTw&ll=-29.69486666558885%2C-53.766876499999995&z=14](https://www.google.com/maps/d/u/0/edit?mid=1ur_qOYOjj_tvEMKRwpIgKHATd7KTsTw&ll=-29.69486666558885%2C-53.766876499999995&z=14)

com temas e informações relacionadas à moda e à economia circular. Isso inclui a identificação e localização dos brechós presentes na cidade.

No âmbito do projeto "Meu Primeiro Garimpo", a preocupação com a educação da população acerca dos princípios da moda circular ganha destaque. A abordagem vai além da simples catalogação de brechós, envolvendo a criação de conteúdo educativo que explique os benefícios do consumo consciente e os impactos positivos da escolha por peças de segunda mão. O projeto busca, assim, preencher uma lacuna informacional, guiando os usuários não apenas na localização física dos brechós, mas também na compreensão mais profunda das práticas sustentáveis envolvidas.

Outro aspecto relevante do "Meu Primeiro Garimpo" é a sua inserção nas redes sociais, especialmente no Instagram. A escolha dessa plataforma não foi arbitrária, mas sim estrategicamente pensada para atingir um público amplo e diversificado. Reconhecemos o papel fundamental das redes sociais na disseminação de informações e na formação de opiniões, proporcionando uma ferramenta poderosa para influenciar comportamentos e promover a conscientização.

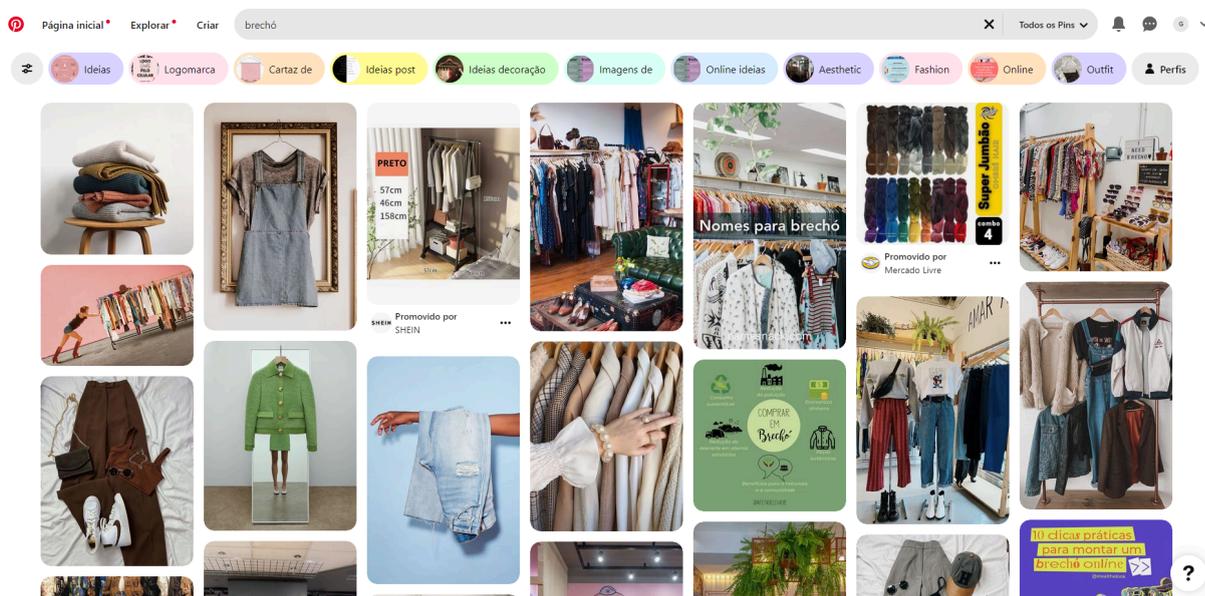
Por fim, o projeto não se limita à sua fase inicial, mas visa estabelecer-se como uma fonte contínua de referência para a comunidade. A intenção é manter-se atualizado e relevante, acompanhando as mudanças no cenário dos brechós e na moda circular. O perfil deve permanecer como um guia confiável e ativo, contribuindo para a construção de uma comunidade mais informada, engajada e consciente.

Na seção subsequente, exploraremos o processo de pesquisa e busca de referências para a criação de conteúdo, abrangendo marcas, lojas e organizações que abordam temas relacionados a brechós, moda circular e sustentabilidade.

#### 4.1.1 Referências para o Projeto

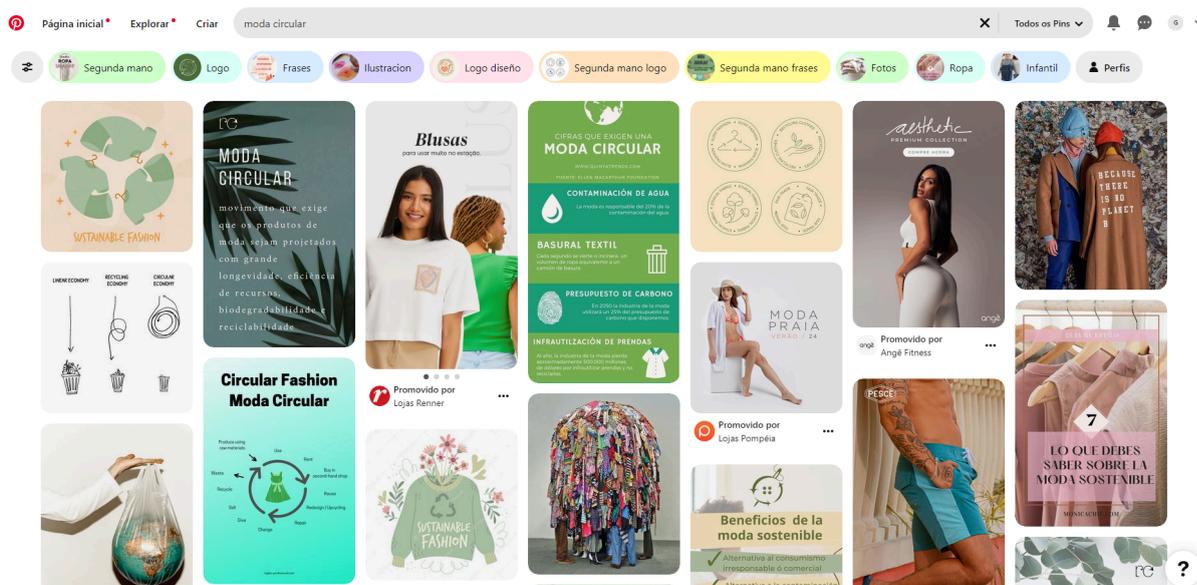
No contexto da concepção e inspiração do projeto experimental, foi conduzida uma pesquisa abrangente no site Pinterest, destacando palavras-chave relevantes como "brechó", "moda circular" e "Instagram 2023". Essa abordagem visava não apenas a busca por idéias isoladas, mas também a compreensão das tendências emergentes nas esferas de brechós e moda circular. Além de explorar abordagens inovadoras para a presença nas redes sociais em 2023, reconhecendo a importância de alinhar o projeto às expectativas contemporâneas.

Figura 1 - Página de busca por “brechó” no Pinterest



Fonte: Pinterest (2023)

Figura 2 - Página de busca por “moda circular” no Pinterest

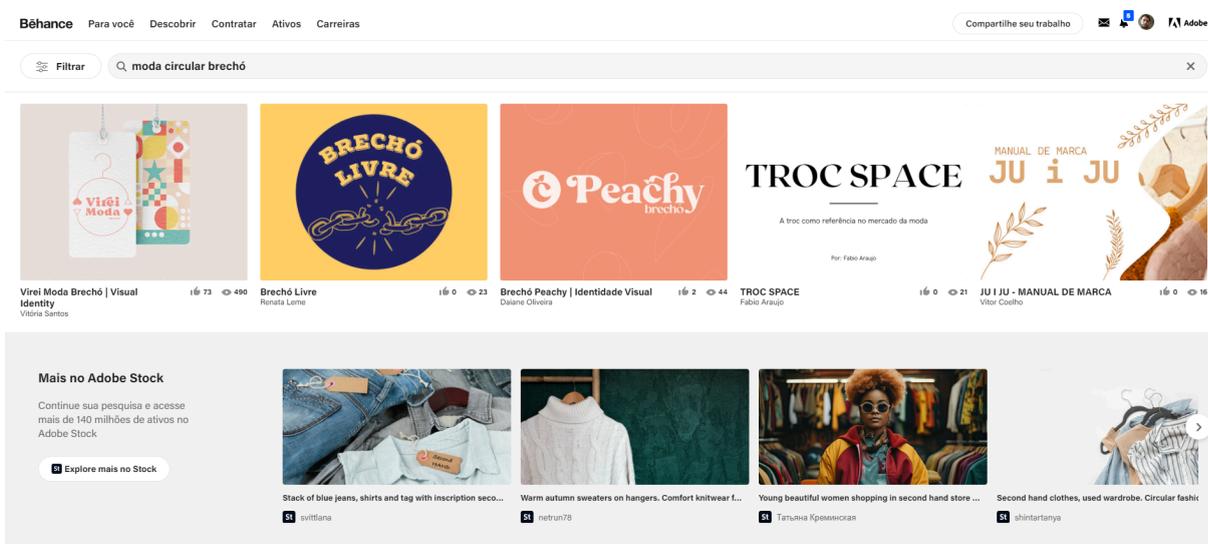


Fonte: Pinterest (2023)

Outra fonte crucial de inspiração e referências foi a plataforma Behance<sup>3</sup>, reconhecida por seu papel como um repositório valioso de portfólios especializados em redes sociais e design contemporâneo. Essa exploração possibilitou insights significativos, contribuindo para a formulação de estratégias criativas e eficazes na criação de conteúdo. A busca por referências tornou-se fundamental, não apenas para a geração de ideias, mas também para a construção de um repertório sólido que fundamenta as escolhas estéticas e conceituais do projeto.

Assim, a pesquisa de referências revelou-se como um passo essencial no processo de concepção do projeto experimental, permitindo a absorção de insights valiosos e a orientação por práticas inovadoras no cenário contemporâneo de brechós, moda circular e presença online.

Figura 3 -Página de busca por “moda circular brechó” no Behance



Fonte: Behance (2023)

Ao concluir a pesquisa, não apenas se consolidaram as referências visuais encontradas, mas também se ampliou a análise para incorporar elementos específicos que poderiam aprimorar a identidade visual do projeto. Esses elementos incluíram características de *design*, esquemas de cores, tipografia e padrões que demonstraram eficácia na comunicação visual em

<sup>3</sup> Disponível em <https://www.behance.net/>

redes sociais. Esse processo de curadoria permitiu a averiguação de um conteúdo mais abrangente, detalhando não apenas o que chamou a atenção nas pesquisas, mas também delineando possíveis direções para o design gráfico a ser desenvolvido.

Em uma etapa subsequente do processo, empenhamos-nos na busca por referências de conteúdos nas redes sociais, direcionando nosso foco para temáticas relacionadas a brechós e moda circular. Essa investigação visou tanto fundamental quanto inspirar a criação de conteúdo e design destinados às plataformas online. Destacaram-se perfis notáveis, como Repassa<sup>4</sup> e Peça Rara<sup>5</sup>, que representam redes de brechós distribuídas pelo Brasil. Além disso, direcionamos nossa atenção para criadores de conteúdo específicos, como Moda Circular Eco Brecho Boutique<sup>6</sup>, Circule Stilo<sup>7</sup> e Dress for Less<sup>8</sup>, cujas publicações se concentram em narrativas e estilos relacionados a lojas de brechó.

Vale ressaltar que, durante essa fase de pesquisa e inspiração, também nos voltamos para perfis engajados em questões mais amplas da moda sustentável. Perfis como Fashion Revolution Brasil<sup>9</sup> e Instituto Febre<sup>10</sup> desempenharam um papel fundamental, proporcionando insights e direcionamentos na criação de conteúdo relacionado à moda circular e aos desafios climáticos associados à indústria têxtil. Essas influências contribuíram significativamente para a elaboração de um conteúdo mais abrangente e consciente, alinhado com as preocupações contemporâneas sobre a sustentabilidade na moda.

Figura 4 - Colagem de capturas de tela de referências de perfis do Instagram

---

<sup>4</sup> Disponível em <https://www.instagram.com/repassabr> Acessado 04/10/2023

<sup>5</sup> Disponível em <https://www.instagram.com/pecararabr/> Acessado 04/10/2023

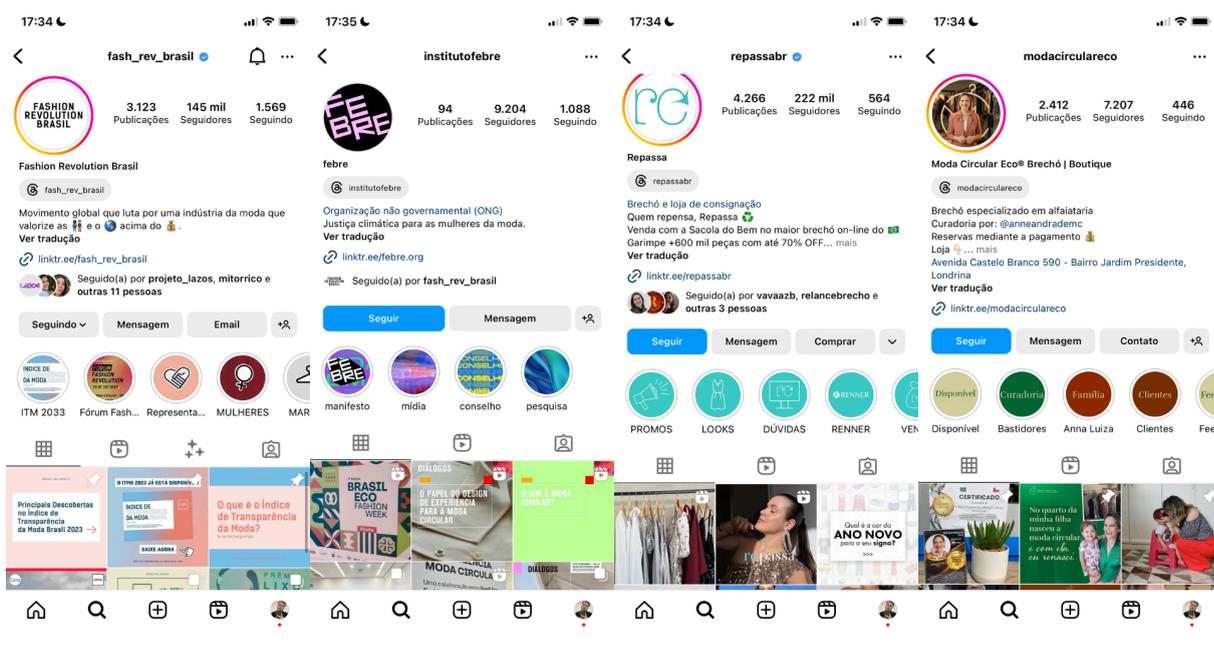
<sup>6</sup> Disponível em <https://www.instagram.com/modacirculareco/> Acessado 08/10/2023

<sup>7</sup> Disponível em <https://www.instagram.com/circulestilo/> Acessado 08/10/2023

<sup>8</sup> Disponível em <https://www.instagram.com/df/> Acessado 08/10/2023

<sup>9</sup> Disponível em [https://www.instagram.com/fash\\_rev/](https://www.instagram.com/fash_rev/) Acessado em 08/10/2023

<sup>10</sup> Disponível em <https://www.instagram.com/institutofebre/> Acessado em 08/10/2023



Fonte: Montagem a partir de capturas de telas realizadas a partir do Instagram (2023)

Ao amalgamar essas inspirações diversas, nosso intuito foi ir além da simples divulgação de brechós, almejando a promoção de uma narrativa mais profunda e engajada sobre a moda circular, suas implicações ambientais e a importância da consciência climática no universo da moda.

A etapa de “Desenvolvimento de conteúdo”, abordado no item 4.4 envolveu a transferência dessas inspirações para o ambiente digital, utilizando a ferramenta Canva para materializar conceitos e criar peças visuais. Este processo permitiu não apenas explorar ideias, mas também adaptar as inspirações coletadas para uma linguagem visual coesa e alinhada com os objetivos do projeto. Em síntese, a busca por inspiração abriu caminho não apenas para a seleção de referências visuais, mas também para a contextualização dessas influências na criação de um *design* despojado e impactante para o projeto em questão.

#### 4.1.2 Criação do Mapa de Brechós

No âmbito do projeto "Meu Primeiro Garimpo", foi desenvolvido um mapa dos brechós localizados na cidade de Santa Maria, RS, utilizando a plataforma do Google denominada "My Maps". Esta ferramenta proporciona a criação de mapas personalizados nos

quais é possível inserir informações como nome, descrição e localização de estabelecimentos, possibilitando uma organização eficiente dos dados. O mapa se revela de grande utilidade, permitindo que os usuários acessem o *link* correspondente e identifiquem os brechós mais próximos de suas regiões, categorizados como "Brechós Camobi", "Brechós Centro" e "Brechós Zona Oeste". O quadro com os brechós pode ser conferido abaixo.

Tabela 2 - Estabelecimentos presentes no Mapa de Brechós

(continua)

<b>Brechós Camobi</b>	<b>Brechós Centro</b>	<b>Brechós Zona Oeste</b>
Relance Brechó	Brechados	brechó helena sr
Abrigo Assistencial Leon Denis	Garagem - O Mix da Moda Circular	Brechó da Lucia roupas importadas e nacionais
Centro de Apoio à Criança com Câncer - CAAC	Brechó Vó Adelaide	Bric Brecho Center
Brechós Amigo do HUSM	Broto Maroto Brechó	Eventoss Brechó
Brechó Recanto da Beleza	Lar de Joaquina	
Brechó em Santa Maria - Brecho Chic By Jane Martins	Brechó Renova	
Malukinha Brechó e Loja	Brechó Era uma vez	
Brechó Loja B	Brechó (Av Rio Branco) A	
	Brechó (Av Rio Branco) B	
	Florentina Brechó Boutique	
	João e Maria Brechó Infantil e João e Maria Boutique Brechó	
	Brechó Rabo de Saia	
	Mariane Boutique Brechó	
	BRECHÓ Capim_limão86	
	Brechório	

(conclusão)

	Taty Brechó	
	Mari Bier Moda Circular	
	Brechó Desapega Mais	
	DasGu Brechó Infantil	

Fonte: Próprio Autor (2023)

A divulgação do mapa ocorreu como a terceira publicação no perfil do projeto, recebendo destaque especial na plataforma, onde os usuários interessados podem acessar o destaque e clicar no link direcionado ao mapa personalizado. Esse procedimento viabiliza a visualização detalhada dos brechós catalogados e a possibilidade de traçar rotas até os respectivos locais.

A escolha da plataforma Google My Maps foi motivada, primariamente, pela sua gratuidade e facilidade de uso. Essa decisão possibilita a constante atualização do mapa com a inclusão de novos brechós, à medida que são descobertos na cidade. Além disso, a integração com o Google Maps facilita a identificação e o deslocamento dos indivíduos até os brechós, contribuindo para a acessibilidade e eficácia do serviço prestado pelo projeto.

#### 4.2 Plataforma de Divulgação

A estratégia inicial de divulgação do projeto consistiu na elaboração de um e-book, cujo propósito era compilar informações pertinentes à economia circular, à cultura de brechós e dados úteis para aqueles que ingressam no universo das roupas de segunda mão. Ao conceber essa abordagem, considerou-se não apenas as mudanças de localização, mas também a segmentação de mercado de cada brechó identificado na pesquisa. Adicionalmente, ponderou-se sobre a usabilidade do *e-book*, uma vez que sua utilização envolveria o *download* e/ou acesso a *links* externos. O conteúdo do *e-book* seria focado na disseminação de informações e conscientização, relegando o mapa de brechós a uma posição de subproduto subsequente.

Nesse contexto, a escolha da plataforma de divulgação foi criteriosamente examinada. O Instagram, com sua base de usuários superior a 113,5 milhões, foi identificado como a terceira rede social mais utilizada no Brasil em 2023 (VOLPATO, 2023). Diante dessa consideração, foi concebido o perfil @meuprimeirogarimpo na referida plataforma, motivado tanto por sua ampla disponibilidade quanto por sua usabilidade em hipermídia. O Instagram proporciona a inclusão simultânea de imagens e *links*, facilitando o acesso e compartilhamento de informações entre os usuários. Portanto, em virtude dessas características, o Instagram foi determinado como a plataforma ótima para a divulgação eficaz do projeto.

### 4.3 Estratégia de Divulgação

A estratégia de divulgação do conteúdo no Instagram não seguiu o calendário inicialmente planejado, devido às alterações necessárias no início de outubro com a criação do perfil "Trilhando Brechós". Diante dessas modificações, inspirando-se na concepção primordial de um e-book, optou-se por disponibilizar integralmente o conteúdo no perfil, tornando as 12 publicações acessíveis a todos que visitassem a plataforma. Adicionalmente, foram criados destaques contendo links para um mapa que apresentava a localização dos brechós, elaborado por meio do "My Maps", um serviço da Google destinado à criação de mapas personalizados pelos usuários.

A decisão de divulgar o conteúdo de uma só vez foi deliberadamente tomada visando proporcionar ao usuário, ao acessar o perfil, a imediata disponibilidade das informações que, de outra forma, demandam semanas para serem integralmente apresentadas, mantendo-se fiel a ideia inicial de apresentar o conteúdo na íntegra através de um *e-book*. Detalhes sobre o conteúdo divulgado podem ser conferidos na seção subsequente. Essa abordagem estratégica buscou otimizar a experiência do usuário, permitindo um acesso rápido e abrangente às informações relevantes sobre o projeto.

A fim de otimizar a experiência do usuário, destaca-se a prontidão e acessibilidade do material, com destaque para a disposição de informações relevantes e a inclusão de um mapa interativo para orientação geográfica dos brechós, contribuindo assim para uma experiência mais enriquecedora e eficaz.

#### 4.4 Desenvolvimento do conteúdo

A elaboração do conteúdo para o perfil foi estrategicamente planejada em dois momentos distintos. Inicialmente, concebeu-se a produção de três publicações fixas no perfil, intituladas "Sobre o Projeto", "Objetivos" e "Mapa de Brechós". Essas publicações foram caracterizadas por templates e designs semelhantes, proporcionando identidade visual coesa e facilitando a identificação por parte do público. Posteriormente, delineou-se a distribuição de conteúdo em quatro categorias, abrangendo notícias sobre moda e indústria têxtil, informações sobre o consumo de roupas, moda circular e brechós (incluindo o mapa e dicas). O conjunto resultante consistiu em um total de doze publicações, concebidas para serem apreciadas e absorvidas pelos seguidores.

As fontes de pesquisa para a criação do conteúdo foram diversas, incluindo portais renomados como ESG via Cultura, Jornal Comunicação UFPR, Harpers Bazaar Brasil, Ellen MacArthur Foundation, Folha de São Paulo, Sebrae, Agência Brasil EBC e Etiqueta Única. A metodologia adotada envolveu uma análise e compreensão das notícias e conteúdos provenientes dessas fontes, visando a posterior criação de chamadas persuasivas por meio do *copywriting*, além da elaboração de legendas para as publicações.

Os elementos visuais foram concebidos por meio da plataforma Canva, reconhecida pela sua versatilidade e acessibilidade. Utilizando templates compartilhados por outros criadores, os criativos foram adaptados conforme as necessidades específicas relacionadas a cores, fontes, imagens e diagramação. A escolha cromática envolveu tons claros de rosa e roxo, com inserções estratégicas de azul, e as escritas foram delineadas em preto, utilizando fontes de diversas famílias e pesos para compor uma imagem visualmente harmoniosa e atrativa. Ressalta-se que tanto as fontes quanto as imagens utilizadas são de direitos autorais concedidos pela plataforma Canva, disponibilizados para os criadores de conteúdo. Esse cuidado assegura o cumprimento de regulamentações relativas a direitos autorais e a utilização ética de recursos gráficos.

O conteúdo em questão foi concebido mediante a consulta aos sítios da internet previamente mencionados, conforme exposto no quadro a seguir, delineando a linha específica selecionada, juntamente com a chamada da publicação e a legenda correspondente utilizada nas plataformas de redes sociais. Essa abordagem metodológica envolveu uma análise dos recursos online, conforme destacado no quadro informativo a seguir, detalhando a

seleção específica, a chamada para a publicação e a legenda correspondente empregada nas plataformas de redes sociais.

Tabela 3 - Conteúdo para o perfil

(continua)

Linha	Chamada	Legenda
Publicação Inicial	Sobre o projeto	<p>  Está na hora de iniciar uma jornada única pela cultura de brechós e moda circular em Santa Maria! Sou Gustavo Weber Ouriques, e este é o "Meu Primeiro Garimpo", um espaço dedicado a desvendar o universo encantador dos brechós. Aqui, vamos explorar juntos dicas, tendências sustentáveis e criar um mapa especial com os melhores brechós da nossa cidade.</p> <p>Quer começar sua jornada no mundo da moda consciente? Então, vem comigo! Clique em seguir, convide amigos e embarque nessa experiência de descobertas, estilo e, claro, sustentabilidade. ✨🌍</p> <p> <b>DISCLAIMER:</b> Este projeto faz parte do Projeto Experimental apresentado à conclusão do curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).</p>
Publicação Inicial	Objetivos: não é um espaço para falar somente sobre moda, mas um despertar para a vida sustentável e consciente através da economia circular e cultura de brechós	<p>  Aqui, não é só sobre moda; é sobre uma jornada de descobertas conscientes! O "Meu Primeiro Garimpo" nasceu para ser mais do que um mapa de brechós em Santa Maria. É uma comunidade dedicada a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> <b>Encontrar Brechós:</b> Vamos te guiar para os tesouros escondidos da moda sustentável em nossa região.</li> <li> <b>Educar sobre Cultura de Brechós:</b> Desvendaremos juntos a riqueza por trás de cada peça de segunda mão, celebrando a singularidade e a história que elas carregam.</li> <li> <b>Notícias da Indústria Têxtil:</b> Mantenha-se informado sobre os últimos acontecimentos na indústria, porque moda consciente também é estar atualizado.</li> <li> <b>Moda Circular:</b> Desvendaremos o universo da moda circular, compartilhando conhecimentos para transformar o seu estilo de vida.</li> </ul> <p>Seja parte dessa jornada, clique em seguir, convide amigos e comece o seu garimpo! 🌍✨</p>

(continuação)

Publicação Inicial	Mapa de brechós: confira o mapa personalizado da cidade de Santa Maria (RS) separados por região nos destaques e encontre o mais próximo de você	 Descubra a facilidade de encontrar os melhores brechós da cidade com nosso Mapa Personalizado! Basta clicar nos destaques e abrir o mapa para desvendar tesouros sustentáveis divididos entre o Centro, Zona Leste e Zona Oeste de Santa Maria. Encontre o brechó mais próximo de você e comece a garimpar. 
Notícias	O futuro da moda está passando por uma transformação! Até 2030, os brechós podem superar o mercado de fast fashion.	<p>A mudança está chegando! Os brechós estão conquistando espaço e desafiando o rápido ritmo da moda convencional. Prevê-se que o segmento de brechó atingirá o dobro do fast fashion! </p> <p>Fonte: Folha de São Paulo</p>
Notícias	A indústria têxtil é responsável por 4% das emissões globais de gases de efeito estufa	<p>Cada peça de roupa tem um custo ambiental. Os números não mentem: a indústria têxtil contribui significativamente para as emissões de GEE. Vamos agir agora para mudar esse cenário e construir um futuro mais verde!</p> <p>Fonte: Etiqueta Única</p>
Informações	O impacto do desperdício na indústria da moda é alarmante. A cada ano, toneladas de roupas não vendidas são descartadas	<p>Nosso consumo tem um preço alto. Milhões de toneladas de roupas descartadas anualmente. Vamos repensar nossas escolhas e optar por um estilo mais sustentável. </p> <p>Fonte: Etiqueta Zero e Carta Capital.</p>
Moda Circular	Transformando o futuro da visão de Ellen MacArthur: ECONOMIA CIRCULAR	<p>Na visão visionária de Ellen MacArthur, a economia circular não é apenas uma abordagem ambiental, é uma revolução nos negócios. Ela propõe um modelo no qual a inovação é guiada pela regeneração, não apenas pela redução. Ao eliminar o conceito de "fim de vida útil", criamos um ciclo contínuo de valor, onde os resíduos tornam-se recursos e a eficiência redefine os padrões. É mais do que uma mudança, é uma transformação completa na maneira como concebemos e conduzimos os negócios. Junte-se a nós nessa jornada de reinvenção! </p> <p>Fonte: Ellen MacArthur Foundation</p>

(continuação)

Brechós	Mapa de Brechós	<p>O mapa está pronto, e os brechós de Santa Maria estão esperando por você! Siga o caminho da moda sustentável com nosso Mapa Personalizado de Brechós em Santa Maria!</p> <p>Clique nos destaques para encontrar o brechó mais próximo de você. Faça parte da revolução fashion consciente e comece a garimpar! 🗺️ 👕</p>
Notícias	A thredUP estima que o mercado global de roupas usadas atingirá US\$ 80 bilhões até 2025	<p>Dados incríveis! A moda usada está se tornando uma força global, impactando não apenas o nosso estilo, mas também a economia. Vamos explorar juntos as oportunidades de um guarda-roupa consciente! 🌍 📌 Conheça o nosso Mapa de Brechós e comece a garimpar!</p> <p>Fonte: Agência Brasil EBC</p>
Informações	A importância dos brechós na sustentabilidade	<p>Mais do que roupas, os brechós são peças-chave na revolução pela sustentabilidade na indústria têxtil. Ao dar uma segunda vida a cada peça, contribuimos para a redução de resíduos e para a promoção de práticas mais éticas. Cada compra em brechós é um passo em direção a um futuro mais consciente. Vamos juntos transformar a moda! 🌍 🛍️</p> <p>Fonte: ESG via Cultura</p>
Informações	Brechós são pioneiros na economia circular. Muito além que uma moda única, estes espaços minimizam o desperdício e maximizam a eficiência	<p>Nos brechós, moda vai além de peças incríveis. É um ciclo de renovação, compartilhamento e troca. É um espaço onde criamos um ciclo revolucionário de sustentabilidade, maximizando o ciclo de vida de uma peça e colecionando histórias. Vamos explorar juntos o poder dos brechós na construção de um futuro mais sustentável! 🔄 👕</p>

(conclusão)

Brechós	Dicas para Garimpar	<p>Garimpar em brechós é uma arte! 💎 Aqui vão algumas dicas para se tornar um mestre nessa jornada sustentável:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Escolha com Estratégia: Opte por brechós que ofereçam peças incríveis a preços atrativos. Uma boa escolha faz toda a diferença!</li> <li>2) Tempo é Essencial: Reserve um tempinho para garimpar. A paciência é a chave para encontrar verdadeiros tesouros entre as araras.</li> <li>3) Siga nas Redes Sociais: Mantenha-se atualizado! Siga brechós nas redes sociais para ficar por dentro das novidades e promoções.</li> <li>4) Visitas Periódicas: Não confie apenas nas redes! Faça visitas regulares, pois nem todo o acervo é revelado online. A surpresa pode estar nas prateleiras.</li> <li>5) Apoie o Local: Explore diferentes brechós para montar um estilo único e, ao mesmo tempo, apoie a cena local. Cada visita é uma contribuição para a moda sustentável e para a economia da sua comunidade. Vamos garimpar com consciência! 🌱🛍️</li> </ol> <p>Fonte: Harpers Bazaar Brasil</p>
---------	---------------------	--

Fonte: Próprio Autor (2023)

Adicionalmente, a sequência de imagens abaixo encontra-se afixada no perfil do Instagram, desta forma, disponível para ser acessada e lida no momento inicial da visita à página. As três abaixo foram escolhidas justamente por serem as publicações iniciais que trazem as informações necessárias para o projeto. As demais publicações encontram-se publicadas pela ordem cronológica, seguindo o quadro acima. Ademais, os demais curativos das publicações, excetuando os três abaixo, estão disponíveis para apreciação no Apêndice deste trabalho.

Figura 5 - Publicação Inicial 1 do perfil @meuprimeirogarimpo



Fonte: Próprio Autor (2023)

A publicação acima intitulada "Sobre o Projeto" representa um convite envolvente e informativo, sendo essencial na introdução do projeto "Meu Primeiro Garimpo" no Instagram. A chamada atrativa, "Está na hora de iniciar uma jornada única pela cultura de brechós e moda circular em Santa Maria!", demonstra uma abordagem calorosa e motivacional, instigando os seguidores a se engajarem na proposta. O uso de emojis adiciona um toque visual e lúdico, reforçando a proposta de uma jornada envolvente e sustentável. Além disso, a inclusão do disclaimer ao final acrescenta transparência e autenticidade, destacando o comprometimento acadêmico do projeto como parte do Projeto Experimental para a conclusão do curso de Relações Públicas na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). A análise de métricas revela um envolvimento positivo, com 28 curtidas, 1 compartilhamento e um alcance de 65 contas, sugerindo uma recepção inicial favorável e um potencial para crescente engajamento ao longo do projeto.

Figura 6 - Publicação Inicial 2 do perfil @meuprimeirogarimpo



Fonte: Próprio autor (2023)

A publicação acima intitulada "Objetivos" no projeto "Meu Primeiro Garimpo" no Instagram destaca-se por sua clareza na apresentação dos propósitos do projeto. A chamada inicial, "não é um espaço para falar somente sobre moda, mas um despertar para a vida sustentável e consciente através da economia circular e cultura de brechós", estabelece de a amplitude dos temas explorados. Na análise de métricas, a publicação, que é a segunda afixada, obteve 9 curtidas e alcançou 32 contatos. Embora o engajamento inicial seja modesto, a clareza nos objetivos e a chamada à ação sugere uma base sólida para construir e expandir a comunidade ao longo do tempo.

Figura 7 - Publicação Inicial 3 do perfil @meuprimeirogarimpo



Fonte: Próprio Autor (2023)

A terceira publicação afixada, intitulada "Mapa de Brechós" no projeto "Meu Primeiro Garimpo" no Instagram é notável por oferecer uma funcionalidade prática aos seguidores, destacando o mapa personalizado da cidade de Santa Maria (RS). A chamada inicial, "Confira o mapa personalizado da cidade de Santa Maria (RS) separados por região nos destaques e encontre o mais próximo de você", indica uma abordagem direta e acessível. Na análise de métricas, a publicação obteve 9 curtidas e alcançou 31 contas.

#### 4.5 Mensuração

A divulgação do conteúdo e a ativação do perfil, cuidadosamente planejadas para coincidir com a entrega do projeto experimental em 05 de dezembro de 2023, demonstraram resultados promissores em seu estágio inicial. Com a conquista de 46 seguidores e 121 curtidas nas 12 publicações iniciais, observamos uma receptividade positiva por parte do público atingido organicamente.

A estratégia adotada diverge da abordagem convencional de crescimento gradual de seguidores e engajamento ao longo do tempo. Em vez disso, a ênfase recai na prestação contínua de serviços por meio da produção pontual de conteúdo. O produto atual, representado pelo projeto "Meu Primeiro Garimpo", permanece disponível no Instagram,

buscando atingir de forma orgânica a comunidade de Santa Maria. A proposta é proporcionar à população o acesso a um mapa interativo, facilitando a descoberta e imersão no envolvente universo da cultura de brechós na cidade.

Analisando a resposta inicial, percebemos um interesse significativo e uma aceitação positiva do público, o que sugere uma receptividade inicial encorajadora. Essa reação favorável sinaliza o potencial de crescimento e impacto mais amplo ao longo do tempo, à medida que o conteúdo permanece alcançando pessoas e fomentando a discussão da moda circular.

Finalizando este capítulo, o cenário inicial de conquista de seguidores e interação positiva nas redes sociais se apresenta como uma fundação sólida para a finalização do projeto. A publicização do perfil sinaliza um auspicioso caminho a percorrer na jornada de divulgação de serviços e exploração da cultura de brechós em Santa Maria.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Aqui mergulhamos nas reflexões que perpassam a trajetória deste projeto apaixonante, onde a comunicação emerge como fio condutor. Como estudante dedicado às nuances da comunicação, pude explorar a dinâmica de interações simbólicas que caracterizam o campo, ampliando meu entendimento sobre a força dessa disciplina. A comunicação, nesse percurso, não se apresentou apenas como uma área de estudo, mas como uma paixão enraizada na minha formação acadêmica.

O entrelaçamento dessa paixão com o universo da moda revelou-se uma combinação surpreendentemente sinérgica. Ao abordar a moda, não como uma mera expressão estética, mas como um veículo para um propósito maior, fui capaz de traçar conexões inusitadas entre comunicação e economia circular. O resultado foi a fusão entre o aprendizado consolidado em anos de estudo em Relações Públicas e a busca incessante por um propósito mais amplo, que encontrou eco na promoção da sustentabilidade e da cultura de brechós. Neste capítulo final, buscaremos extrair aprendizados significativos dessa jornada, evidenciando como a comunicação, aliada à paixão pela moda e à consciência ambiental, pode ser uma ferramenta para auxiliar na transformação social.

Ao encerrar o ciclo que abarcou o planejamento, a execução e a avaliação do projeto experimental "Meu Primeiro Garimpo", proporcionamos uma perspectiva mais profunda sobre a cultura de brechós, moda circular e o papel das redes sociais na disseminação desses conceitos. O presente trabalho se insere em um contexto que evidencia, por meio de ideias e projetos existentes como o "Trilhando Brechós", um despertar da consciência da população em relação à moda circular, ocupação de espaços e sustentabilidade.

A cultura de brechós, indo além de uma efêmera tendência, revela-se proeminente em um ambiente onde não apenas as peças únicas e distintas marcam presença, mas também carregam consigo uma significativa conotação. Os adeptos dessa cultura demonstram uma atenção aguçada não apenas às tendências da moda, mas igualmente às questões de sustentabilidade, reutilizando peças não somente na segunda, mas também na terceira e quarta vida útil.

Ao decidir criar um produto, neste caso, um projeto experimental, enfrentamos diversas incertezas desde a fase de execução até a avaliação final. A inovação almejada não se limitava à concepção de um produto único, dada a existência de projetos distintos

desenvolvidos por colegas na universidade. O diferencial residia, na verdade, na abordagem e entrega do conteúdo e perfil à sociedade. A estratégia de lançamento global, proporcionando acesso imediato, destacou-se pela informação apresentada de maneira integral, conforme delineado em capítulos anteriores.

A oportunidade de experimentação proporcionou a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos ao longo dos cinco anos de formação acadêmica. Além disso, permitiu uma imersão mais aprofundada em um universo já familiar, ampliando não apenas a disseminação do aprendizado acerca da cultura de brechós à comunidade, mas também proporcionando um significativo enriquecimento pessoal desde os primórdios do movimento "*second-hand*" até os brechós digitais contemporâneos.

A implementação desse experimento no contexto da comunicação não apenas se revelou como um eficaz instrumento pedagógico, mas também como uma valiosa ferramenta para consolidar o aprendizado teórico. Ao proporcionar a oportunidade de conduzir um projeto prático, esse experimento transcende a esfera acadêmica, promovendo uma simbiose entre teoria e prática. A dinâmica do experimento não apenas solidifica o entendimento dos conceitos discutidos em sala de aula, mas também estimula a habilidade de aplicar esses conhecimentos de forma concreta.

A realização deste experimento na área da comunicação reforça a eficácia de uma abordagem que integra aprendizado acadêmico e prestação de serviços à comunidade. Ao alinhar os estudos em comunicação e as técnicas adquiridas ao longo do curso de Relações Públicas, evidenciamos como a teoria pode ser aplicada de maneira prática para atender às necessidades da sociedade. Conectar os estudantes a projetos que transcendem os limites da sala de aula não apenas amplia a compreensão das habilidades técnicas e estratégicas, mas também destaca a importância de se servir aos interesses do público.

Essa abordagem se revela como um catalisador para uma experiência prática enriquecedora, não limitada à aquisição de conhecimentos teóricos, mas voltada para a compreensão do impacto positivo que as ações de comunicação podem ter no ambiente que nos cerca. Ao prestar serviços de divulgação nas redes, este experimento não apenas cumpre um requisito acadêmico, mas também assume o papel de um agente de transformação, proporcionando benefícios tangíveis à comunidade de Santa Maria. A interseção entre estudos de comunicação, técnicas de Relações Públicas e a prestação de serviço público delineia um caminho que transcende os limites tradicionais da academia, revelando-se como um método eficaz de contribuir para o bem-estar social.

Ao encarar o desafio de aplicar conhecimentos teóricos na prática, reconhecemos que a comunicação, quando atrelada ao serviço à comunidade, não é apenas uma disciplina acadêmica, mas uma ferramenta valiosa para engajar o público, disseminar informações relevantes e, por fim, promover mudanças positivas. Este experimento ilustra como a integração entre a paixão pelo estudo da comunicação e as técnicas específicas do campo pode culminar em um impacto duradouro e benéfico, solidificando a importância dessa abordagem integrada na formação acadêmica e profissional.

O saldo positivo deste projeto transcende a dinâmica das migrações entre redes sociais e a sobrecarga de informações. Destaca-se a constatação de que sempre há espaço para uma ideia inovadora e um projeto que encontre apoio e aceitação entre as pessoas.

Concluindo, o cerne deste projeto foi prestar um serviço à economia circular da cidade Santa Maria-RS, visando auxiliar aqueles que desejam explorar e dar os primeiros passos no universo dos brechós. Este trabalho não apenas enriqueceu o entendimento sobre moda circular e cultura de brechós, mas também contribuiu para fomentar uma consciência mais ampla e sustentável dentro da comunidade local.

Considerando o contínuo desenvolvimento e aprimoramento do projeto "Meu Primeiro Garimpo", propõe-se a exploração de trabalhos futuros que visem ampliar sua contribuição e alcance. Uma sugestão estratégica consiste em estabelecer parcerias e engajamento com outros profissionais, inserindo-se em redes de conexões de pessoas atuantes na área da moda sustentável e economia circular. Esta abordagem pode ser realizada por meio de colaborações com influenciadores digitais, especialistas em moda consciente e organizações dedicadas a práticas sustentáveis. Além disso, a participação em eventos, fóruns e *workshops* relacionados ao tema proporciona uma plataforma para divulgar os objetivos do projeto e compartilhar conhecimentos. Ao direcionar esforços para a construção de alianças estratégicas e a inserção em comunidades relevantes, projetos como este poderão consolidar sua presença de maneira efetiva, contribuindo para a disseminação de práticas sustentáveis na esfera da moda.

O caminho percorrido proporcionou insights valiosos e estabeleceu uma base sólida para iniciativas futuras que busquem promover a moda circular e a sustentabilidade em Santa Maria. A jornada, até aqui, é um ponto de partida para contínuas reflexões e ações em prol de uma sociedade mais consciente e engajada com práticas sustentáveis na moda. O compromisso com a conscientização e a educação permanece como um farol, guiando os próximos passos em direção a um futuro mais sustentável e colaborativo.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, Inês. **Redes Sociais na Internet: Sociabilidades Emergentes**. Covilhã: Labcom, 2016.

AMARAL et al, Weber Antonio Neves do (org.). **Moda Circular no Brasil**. Piracicaba: Esalq/usp, 2019. Disponível em: <https://www.laudesfoundation.org/pt/results/publicacoes-pdf/moda-circular-no-brasil.pdf>. Acesso em 08/10/2023.

BALDISSERA, R. Comunicação Organizacional na perspectiva da complexidade. **Organicom**, v. 6, n.10/11, p. 115-120, 18 dez. 2009.

BLACKMAN, Shane. Youth Subcultural Theory: A critical engagement with the concept, its origins and politics, from the Chicago Scholl to postmodernism. In: **Journal of Youth Studies**, vol 8, nº 1. Routledge Taylor & Francis Group, 2005

BLUMER, H. A natureza do Interacionismo Simbólico. In: MORTENSEN, David. **Teoria da Comunicação: textos básicos**. São Paulo: Mosaico, 1980

FERREIRA LM, CHIARETTO S. Marketing de conteúdo em ambiente digital. **Revista Científica de Comunicação Social do Centro Universitário de Belo Horizonte (UNIBH)**. Belo Horizonte, 2021.

GEORGIEVA A, DJOUKANOVA A. **Content Marketing: New Opportunities for Building Strong Brands Online**. 2014. Dissertação (Mestrado em Marketing Internacional e Gestão de Marca). Lund: Lund University, 2014.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HALL, Stuart. **The hippies - an American 'moment'**. Discussion Paper. University of Birmingham, 1968.

INTRODUÇÃO a economia circular. **Ellen MacArthur Foundation**. Disponível em: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/pt/temas/economia-circular-introducao/visao-geral>  
Acesso em: 16/09/2023

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KIM, I.; JUNG, H. J.; LEE, Y. **Consumers' Value and Risk Perceptions of Circular Fashion: Comparison between Secondhand, Upcycled, and Recycled Clothing.** Sustainability, v. 13, n. 3, p. 1208, 24 jan. 2021. Disponível em <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/3/1208>

KUNSCH, M. Organizational Communication: contexts, paradigms and comprehensive conceptualization. **MATRIZES**, v. 8, n. 2, p. 35-61, 17 dez. 2014.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas.** São Paulo: Companhia das Letras, 2009

McROBBIE, Angela. Second-hand dresses and the role of the ragmarket, 1994, p. 130-149. In: McRobide, Angela. **Postmodernism and popular culture.** London: Routledge, 1994.

SULL, D.; TURCONI, S. **Fast-fashion lessons. Journal compilation** - Business Strategy Review Summer, 2008.

TERRA, Carolina Frazon. **Comunicação Corporativa Digital: o futuro das Relações Públicas na rede** São Paulo – SP, 2006. [Dissertação de Mestrado - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo].

TÓTARO, Valéria Said. O vestuário-escrito & o vestuário-imagem como disseminadores do vintage slow fashion. **Achiote**, Sem, v. 5, n. 2, p. 40-54, dez. 2017.

VOLPATO, Bruno. Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2023, com insights, ferramentas e materiais. **Resultados Digitais** 16 de março de 2023. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/> Acesso em: 04/10/2023

## Apêndice A

### PUBLICAÇÕES CRIADAS PARA A REDE SOCIAL DO PROJETO “MEU PRIMEIRO GARIMPO”

Arquivo Editar Salvar

#NEWS



*O futuro da moda está passando por uma TRANSFORMAÇÃO! Até 2030, os brechós podem superar o mercado de fast fashion*

MEU PRIMEIRO GARIMPO

EMERGÊNCIA FASHION



A indústria têxtil é responsável por 4% das emissões globais de gases de efeito estufa



Arquivo Editar Salvar

#NEWS



*O impacto do desperdício na indústria da moda é alarmante. A cada ano, toneladas de roupas não vendidas são descartadas.*

MEU PRIMEIRO GARIMPO



TRANSFORMANDO O FUTURO NA VISÃO DE ELLEN MACARTHUR

ECO-NOMIA CIRCULAR

MEU PRIMEIRO GARIMPO

# MAPA DE BRECHÓS

O que você está buscando?

- Brechós em Santa Maria
- Brechós em Camobi
- Brechós Centro de Santa Maria

Pesquisar    Estou com Sorte

MEU PRIMEIRO GARIMPO

Arquivo    Editar    Salvar

#NEWS



A thredUP estima que o mercado global de roupas usadas atingirá a marca de US\$ 80 bilhões até 2025.

MEU PRIMEIRO GARIMPO



A IMPORTÂNCIA DOS BRECHOS NA

## SUSTENTABILIDADE

MEU PRIMEIRO GARIMPO



BRECHÓS SÃO PIONEIROS NA ECONOMIA CIRCULAR

MUITO ALÉM QUE UMA MODA ÚNICA, ESTES ESPAÇOS MINIMIZAM O DESPERDÍCIO E MAXIMIZAM A EFICIÊNCIA

MEU PRIMEIRO GARIMPO



## DICAS PARA GARIMPAR

MEU PRIMEIRO GARIMPO