

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA
CURSO DE JORNALISMO**

REGIANE TEREZINHA DE CORDOVA

**RELATÓRIO TÉCNICO DO PROJETO SÃO BORJA VESTE: MODA, IDENTIDADE
E CULTURA NO CONTEXTO SÃO-BORJENSE**

**São Borja
2026**

REGIANE TEREZINHA DE CORDOVA

**RELATÓRIO TÉCNICO DO PROJETO SÃO BORJA VESTE: MODA, IDENTIDADE
E CULTURA NO CONTEXTO SÃO-BORJENSE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Jornalismo, no curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, campus São Borja – RS.

Orientador: Prof.^a Dr.^a Eloísa Joseane da Cunha Klein

**São Borja
2026**

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais).

C796r Cordova, Regiane Terezinha de

Relatório técnico do projeto São Borja Veste: moda,
identidade e cultura no contexto são-borjense / Regiane
Terezinha de Cordova. – São Borja, 2026.
[60] p. : il.

Orientadora: Eloísa Joseane da Cunha Klein.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo)
– Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja, 2026.

1. Jornalismo de moda. 2. Identidade cultural.
3. Fotografia documental. 4. Moda. 5. Instagram.
6. São Borja (RS).

Autores. I. Cordova, Regiane Terezinha de II. Klein, Eloísa Joseane da
Cunha, orient.

II. Título. Relatório técnico do projeto São Borja Veste: moda,
identidade e cultura no contexto são-borjense

REGIANE TEREZINHA DE CORDOVA

**RELATÓRIO TÉCNICO DO PROJETO SÃO BORJA VESTE: MODA, IDENTIDADE
E CULTURA NO CONTEXTO SÃO-BORJENSE**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Jornalismo da
Universidade Federal do Pampa, como
requisito parcial para obtenção do Título
de Bacharel em Jornalismo.

Área de concentração:

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 03/07/2026.

Banca examinadora:

Prof^a. Dr^a. Eloísa Joseane da Cunha Klein

Orientadora
(Unipampa)

Prof^a. Dr^a. Lara Nasi

(UFPeI)

Prof^a. Dr^a. Vivian de Carvalho Belochio

(Unipampa)



Assinado eletronicamente por **ELOISA JOSEANE DA CUNHA KLEIN, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 10/07/2026, às 12:43, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **VIVIAN DE CARVALHO BELOCHIO, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 10/07/2026, às 13:49, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **Lara Nasi, Usuário Externo**, em 16/07/2026, às 16:39, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **2075680** e o código CRC **29EF7142**.

Dedico este trabalho a minha mãe, que mesmo não estando mais aqui em corpo, continua presente em tudo que amo, dedico também a todos que não desistiram da vida, e que mesmo com dificuldades lutam por ela todos os dias.

AGRADECIMENTO

A todos que tornaram este trabalho viável e se deixaram ser fotografados por mim: sem vocês, nada disso seria possível.

À Prof.^a Dr.^a Eloísa Joseane da Cunha Klein, por estar ao meu lado, incentivando-me e alimentando minha criatividade e minhas ideias.

Também agradeço ao tempo. Nem sempre ele foi agradável; passou e levou consigo muitas felicidades. No entanto, esse mesmo tempo foi generoso ao me proporcionar anos ao lado da minha mãe e de todas as pessoas que amo. Por isso, agradeço ao tempo por passar, para o bem e para o mal.

À minha família, Rosiane e Darci, por todo o amor que me deram. Aos meus amigos, por me ajudarem a suportar a vida e por todas as gargalhadas compartilhadas. Gabriela, Gislaine, Naiara, Ian, Marcus e Jonatan, vocês tornaram essa caminhada muito mais leve e tolerável.

Por fim, agradeço aos meus professores, que sempre acreditaram em um potencial que, muitas vezes, nem eu mesma acreditava possuir para concluir este curso.

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo desenvolver o projeto São Borja Veste, uma revista eletrônica de jornalismo cultural distribuída por meio da plataforma Instagram. A proposta utiliza a fotografia como principal linguagem narrativa para registrar e divulgar os estilos, as identidades e as expressões culturais presentes no cotidiano da população são-borjense. O projeto parte da compreensão de que a moda ultrapassa a dimensão estética e constitui uma forma de comunicação, identidade e manifestação cultural. Para sua realização, foram produzidas fotografias autorais de pessoas em espaços públicos de São Borja, acompanhadas de breves relatos sobre estilo, identidade e relação com a moda. O perfil busca retratar a diversidade de modos de vestir e de viver presentes na cidade, valorizando histórias individuais e aspectos da cultura local. O conteúdo produzido possui caráter autoral e jornalístico, abordando temas relacionados à moda, comportamento, identidade e cultura. Dessa forma, o São Borja Veste amplia as possibilidades de cobertura do jornalismo cultural no município, oferecendo um olhar voltado para as pessoas e suas formas de expressão. Os resultados obtidos demonstram o potencial do Instagram como ferramenta para a circulação de conteúdo cultural, além de contribuir para a valorização da identidade local por meio da fotografia e do jornalismo digital. Ao longo do processo de produção das publicações, o projeto demonstrou resultados positivos, com compartilhamentos espontâneos e novas publicações realizadas pelos usuários. O perfil @saoborja.veste alcançou 88 seguidores orgânicos entre agosto de 2025 e o início de junho de 2026, além de apresentar bom engajamento por meio de comentários, curtidas, visualizações e novas publicações.

Palavras-Chave: Moda; Instagram; São Borja; Jornalismo cultural; Identidade;

ABSTRACT

This study aims to develop the São Borja Veste project, an electronic cultural journalism magazine produced and distributed through Instagram. The project uses photography as its main narrative language to document and showcase the styles, identities, and cultural expressions present in the daily lives of the population of São Borja. The project is based on the understanding that fashion goes beyond aesthetics and constitutes a form of communication, identity, and cultural expression. For its implementation, original photographs of people in public spaces in São Borja were produced, accompanied by brief reports on style, identity, and their relationship with fashion. The profile seeks to portray the diversity of ways of dressing and living in the city, valuing individual stories and aspects of local culture. The content produced is original and journalistic in nature, addressing topics related to fashion, behavior, identity, and culture. In this way, São Borja Veste expands the possibilities of cultural journalism coverage in the municipality by offering a perspective focused on people and their forms of expression. The results obtained demonstrate Instagram's potential as a tool for the production and dissemination of cultural content, while also contributing to the appreciation of local identity through photography and digital journalism. Throughout the publication process, the project achieved positive results, including spontaneous content sharing and reposts by users. The @saoborja.veste profile reached 88 organic followers between August 2025 and early June 2026, in addition to generating significant engagement through comments, likes, views, and reposts.

Keywords: Fashion; Instagram; São Borja; cultural journalism; Identity;

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 CULTURA, MODA E IDENTIDADE NO JORNALISMO	11
2.1 Síntese sobre o conceito de cultura e identidade e a relação com o jornalismo	12
2.2 Moda, cultura e a produção de sentidos na sociedade	16
2.3 Produção de sentidos através da imagem no jornalismo cultural e de moda	18
2.4 Abordagem da moda na cultura visual do Instagram	21
3 PRIMEIRA FASE DO PROJETO SÃO BORJA VESTE	23
3.1 Concepção do projeto: identidade regional, fronteira e cultura local	24
3.2 Pesquisa sobre a circulação da moda nas mídias sociais	26
4 CARACTERÍSTICAS GRÁFICOS-VISUAIS E EDITORIAIS	29
4.1 Definição de cores, tipografia e layout	29
4.2 Definição de pautas e produção de conteúdos	31
5 PRODUÇÃO E EXECUÇÃO DAS PUBLICAÇÕES JORNALÍSTICAS	34
5.1 Representações da identidade local por meio da moda	34
5.2 Narrativa fotográfica da identidade no cotidiano	41
5.3 Alcance e interação	46
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	49
REFERÊNCIAS	51
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA	56
APÊNDICE B – REGISTROS DAS PUBLICAÇÕES DO PERFIL SÃO BORJA VESTE NO INSTAGRAM	57

1 INTRODUÇÃO

O projeto São Borja Veste surgiu a partir do interesse em compreender a moda como uma forma de comunicação presente no cotidiano da população são-borjense. A proposta nasceu da observação de que as roupas utilizadas pelas pessoas vão além de uma necessidade funcional, constituindo-se também como elementos de expressão de identidade, personalidade, valores e pertencimento social.

Durante a graduação em Jornalismo, o interesse pelas áreas de comunicação, fotografia e cultura contribuiu para o desenvolvimento da ideia de criar um projeto que une esses elementos em uma produção voltada para a rede social instagram. A fotografia, utilizada como principal linguagem narrativa do projeto, possibilita registrar visualmente diferentes estilos e formas de expressão encontradas nas ruas de São Borja, valorizando a diversidade presente na cidade.

O problema de pesquisa deste trabalho é: como a fotografia publicada no Instagram pode ser utilizada pelo jornalismo cultural para retratar a moda como forma de expressão identitária e cultural no contexto de São Borja?

O objetivo geral é produzir um projeto de jornalismo cultural no Instagram que utilize a fotografia para retratar a moda como forma de comunicação, identidade e expressão cultural entre os moradores de São Borja.

Objetivos específicos do trabalho são: compreender a relação entre moda, identidade cultural e comunicação, a partir dos referenciais teóricos do jornalismo cultural, do jornalismo de moda e das mídias sociais; produzir conteúdo jornalístico autoral por meio de fotografias e relatos de moradores de São Borja, evidenciando a moda como forma de expressão identitária e cultural; desenvolver e implementar o perfil São Borja Veste na plataforma Instagram, com o objetivo de divulgar conteúdos voltados à valorização das identidades, dos estilos e das manifestações culturais presentes no município.

A escolha do Instagram como plataforma para a execução do projeto ocorreu em razão de sua relevância como espaço de compartilhamento de imagens, interação social e circulação de conteúdos culturais. A rede social tornou-se um

ambiente propício para a divulgação de produções visuais e para o diálogo com o público, permitindo que as histórias e percepções dos participantes fossem apresentadas de forma acessível e dinâmica.

A produção do São Borja Veste consistiu na seleção de pessoas com diferentes perfis e estilos, abordadas aleatoriamente em espaços públicos da cidade. Após serem fotografadas, elas foram convidadas a responder perguntas sobre o que procuram comunicar por meio das roupas que vestem. Os relatos obtidos foram utilizados na construção das legendas das publicações, estabelecendo uma relação entre imagem e narrativa pessoal, de modo a ampliar a compreensão sobre os significados atribuídos à moda pelos participantes.

A realização deste trabalho fundamenta-se na importância de compreender a moda como um fenômeno comunicacional e cultural, especialmente em cidades do interior, onde esse tipo de produção ainda recebe pouca visibilidade nos meios de comunicação locais. Além disso, o projeto busca valorizar as experiências, os estilos e as identidades presentes em São Borja, promovendo a reflexão sobre as diferentes formas de comunicação que se manifestam por meio do vestir.

Cabe destacar, ainda, que este trabalho se desenvolve sob a ótica da inclusão e da acessibilidade digital. A produção visual e a escolha dos dispositivos técnicos consideram as especificidades da baixa visão e da visão monocular, demonstrando como as mídias sociais e os smartphones atuam como tecnologias assistivas. Assim, o projeto não apenas documenta a cultura local, mas também propõe uma reflexão sobre a democratização dos processos de criação e de consumo de narrativas visuais na contemporaneidade.

Este trabalho apresenta o processo de concepção e desenvolvimento do projeto, desde sua idealização até sua execução na plataforma digital. São discutidos os referenciais teóricos relacionados à comunicação de moda, ao jornalismo cultural e ao Instagram como meio de comunicação. Também são descritos os procedimentos metodológicos adotados e analisados os resultados obtidos com a implementação do perfil São Borja Veste, destacando suas contribuições para a valorização da moda como expressão cultural e comunicacional no contexto são-borjense.

2 CULTURA, MODA E IDENTIDADE NO JORNALISMO

Este capítulo reúne uma discussão sobre os conceitos de cultura, identidade e jornalismo, procurando entender como essas ideias se conectam na forma como a sociedade se comunica e produz sentidos. A partir dos autores utilizados, observa-se que o jornalismo cultural não se limita às artes tradicionais, mas também alcança aspectos do cotidiano e das práticas de consumo, acompanhando as mudanças sociais ao longo do tempo.

Também é discutida a relação entre cultura e identidade cultural, entendida como algo que se constrói no convívio social e nas experiências de vida. Nesse processo, a família e outros espaços de sociabilização exercem influência importante na formação do indivíduo. O jornalismo cultural aparece como um meio de divulgação dessas expressões culturais.

Este capítulo aproxima os temas da moda, da comunicação e das mídias digitais, destacando a moda como uma forma de linguagem e expressão de identidade. Nesse contexto, o Instagram surge como um espaço importante de circulação de imagens e interações, onde essas expressões culturais se intensificam e ganham novas formas de visibilidade no cotidiano.

2.1 Síntese sobre o conceito de cultura e identidade e a relação com o jornalismo

Para a finalidade deste trabalho, aborda-se inicialmente a relação entre cultura e jornalismo cultural. Conforme Barreto (2006), o jornalismo cultural no Brasil ganhou destaque a partir da década de 1950, com a participação de escritores e poetas. Já Carmelo (2021) destaca que o primeiro jornal cultural surgiu na França, em 1665, com o nome *Journal des Savants*.

O sentido de interrogação acaba, hoje em dia, por se constituir, ele mesmo, como cerne do fazer cultural e, portanto, do próprio agir do que se designa por jornalismo cultural. Isso significa também que o seu âmbito se abriu muito para a além daquilo que a tradição da alta cultura situava apenas no domínio da arte e da literatura. (Carmelo, 2021, p. 126).

Barreto (2006) reflete que nos últimos anos a cultura tenha se afastado de algumas de suas características tradicionais, com a sociedade cada vez mais

envolvida em um cenário de espetáculo, consumo imediato e abordagens superficiais, os cadernos culturais ainda têm mantido sua conexão com a cultura consagrada e aquela em processo de consagração. Ou seja, apesar da mudança de paradigma cultural, o papel dos cadernos culturais continua sendo o de divulgar, apoiar e fortalecer a produção cultural que já possui certo reconhecimento ou que está em busca dele. Mas na atualidade o jornalismo cultural tem assumido uma nova roupagem que a autora caracteriza como “modernização da linguagem jornalística” (Barreto, 2006, p. 71). Onde destaca também o atual cenário do jornalismo brasileiro “todo o quadro exposto, de empobrecimento do jornalismo cultural no Brasil, é agravado pelo reduzido número de revistas, tablóides voltados à cultura” (Barreto, 2006, p 71).

Freitas Junior e Perucelli (2019) complementam apontando que a cultura anda com a sociedade; de certa maneira, uma compõe a outra e vice-versa. Também explicam que “a cultura em suas diversas abordagens corrobora para a definição dessa identidade” (Freitas Junior; Perucelli, 2019, p. 112). Além disso, destacam que os indivíduos têm contato com a cultura desde cedo, sendo esse processo inicialmente influenciado pela família e, posteriormente, por “outros meios de sociabilização” (Freitas Junior; Perucelli, 2019, p. 112).

A cultura manifesta-se em diferentes dimensões da vida social, estando presente nos costumes, nas formas de expressão, nas práticas cotidianas e nos símbolos compartilhados pelos indivíduos. Dessa forma, pode ser observada tanto nas tradições locais quanto nas manifestações artísticas, nos meios de comunicação e nos hábitos sociais. Carmelo (2021, p. 113), destaca que “O jornalismo cultural é filho da transição de um mundo vertical, regido por grandes códigos totalizantes, para um mundo horizontal, baseado no estatuto de um espaço público e de uma sociedade aberta.”

O jornalismo cultural tem um papel significativo na difusão da cultura e na formação da opinião pública sobre as diversas manifestações culturais, além de contribuir para a preservação e valorização da diversidade cultural, o jornalismo cultural também pode fomentar uma reflexão crítica sobre a sociedade e suas transformações culturais ao longo do tempo. Carmelo (2021) argumenta que o jornalismo cultural já não se restringe aos temas tradicionais, como livros, música, cinema e artes, abrangendo também “o design, a ciberficção e as mais diversas movimentações de arte efêmera” (Carmelo, 2021, p. 127). O autor destaca ainda

que o foco recai, cada vez mais, em “domínios tangíveis do cotidiano”, incluindo a moda, as práticas gourmet e outras manifestações culturais (Carmelo, 2021, p. 127). Além disso, ressalta a crescente valorização de aspectos imateriais da cultura, com destaque para “os mais diversos cultos do património” (Carmelo, 2021, p. 127).

A cultura está intrinsecamente ligada à identidade de um povo e o jornalismo cultural é responsável por difundir e valorizar as manifestações culturais em uma sociedade. No entanto, o jornalismo cultural no Brasil tem sofrido com a redução de espaços e investimentos, resultando na perda de sua função de difusão e valorização da cultura. Isso afeta não só a cultura, mas também a identidade de uma sociedade.

com convergências entre o conceito de identidade, com o de cultura, e também no processo de elaboração de uma identidade cultural. A vista disso, nota-se na compreensão desses conceitos identidade e cultura, que os mesmos intercalam-se para a definição do processo de identificação cultural, pois cada conceito engloba a relação do indivíduo com determinada cultura, e da cultura que influencia esse indivíduo, no processo de elaboração dessa identidade cultural, em que a identidade concretiza-se através da cultura. (Freitas Junior; Perucelli, 2019, p. 116)

Barreto (2021), enfatiza a importância dos cadernos culturais, como espaço para debates e reflexão sobre cultura em um contexto sócio-político e econômico conturbado, e ressalta a relação entre o discurso literário e jornalístico, bem como a história da leitura e a importância dos periódicos na disseminação do conhecimento.

Nesse sentido, é possível dizer que o jornalismo cultural também pode ser influenciado pela identidade cultural de quem o produz e de quem o consome. De acordo com Freitas Junior e Perucelli (2019), a cultura não se resume mais a um processo de civilização e refinamento das massas, com o objetivo de minimizar diferenças. Ao invés disso, ela passou por um processo de pluralização, tornando-se uma cultura elaborada através de uma luta social, responsável por meios identificáveis de resistência e principalmente reivindicações nas estruturas de poder existentes.

a constituição da identidade, entende-se que o indivíduo faz parte de um determinado ambiente, e esse ambiente é constituído de determinada cultura, que por sua vez, influencia na formação dessa identidade, porém, com diversas mudanças, essa identidade torna-se múltipla, capaz de oferecer ao indivíduo, caminhos distintos, opções a seguir, sendo ele responsável também pela formação dessa identidade. Uma vez moldado pelo

ambiente, e também podendo organizar esse ambiente conforme suas vontades (Freitas Junior; Perucelli, 2019, p. 128).

A articulação entre cultura e identidade é fundamental para este estudo, que visa compreender os processos de constituição do sujeito. Se, por um lado, o ambiente cultural molda o indivíduo, por outro, a identidade manifesta sua agência ao transformar ou se adaptar a essa mesma cultura. Essa dinâmica se reflete diretamente nas expressões estéticas e nas escolhas pessoais, explicando a construção do estilo individual e de preferências visuais específicas, como o uso das cores. Ao definirem identidade cultural, Freitas Junior e Perucelli (2019, p. 129) a caracterizam como um “processo de identificação [...] ligado a elementos próprios da cultura”. Se antes essa dinâmica servia para delimitar as diferenças entre nações, atualmente ela “está ligada ao senso de pertencimento do indivíduo a determinado grupo que o represente” (Freitas Junior; Perucelli, 2019, p. 129).

O presente trabalho busca entender a identidade cultural e como ela é moldada, para compreendermos como os indivíduos que farão parte desse projeto, se identificam e se relacionam com a cultura e cotidiano que os cercam, e os porquês deles vestirem, o que vestem.

A construção identitária passa, então, pelo processo de produção de sentido, de “criação imagética”³, como construto do imaginário desencadeado pelos simbolismos (imagens) circulantes nas práticas cotidianas que vão compondo o conjunto identitário de determinado grupo humano, moldando seus sujeitos e decidindo pela condução da vida societária, podendo ser nomeada e enunciada, simbolicamente, numa interpretação específica por um determinado sujeito, que enfrenta o desafio de formular, ou expressar uma identidade, podendo ser o membro do próprio grupo “identificado”, como qualquer outra pessoa que enuncia alguma criação identitária: jornalista, escritor, político, pesquisador, artista, cineasta, fotógrafo, além dos demais agentes que experimentam a aventura de percorrer a trilha da “identificação”. (Carvalho, 2008, p. 48)

Estas transformações na forma de se entender cultura e identidade também mudaram o modo como o jornalismo cultural atua. Atualmente, o jornalismo cultural ultrapassa a cobertura tradicional das artes e do entretenimento, abrangendo também manifestações relacionadas aos modos de vida, à gastronomia, ao artesanato, à moda e às diversas formas de expressão presentes no cotidiano. Nesse sentido, contribui para a valorização de práticas culturais que constituem a identidade de diferentes grupos sociais. O jornalismo cultural está cada vez mais

ligado ao indivíduo e a identidade cultural que cada pessoa carrega, nesse sentido esse projeto busca destacar a moda como identidade cultural auto comunicante, pois quem veste algo, quer comunicar algo.

2.2 Moda, cultura e a produção de sentidos na sociedade

A capacidade de expressão é intrínseca à natureza humana. Embora a fala tenha surgido em tempos remotos como a primeira manifestação de comunicação oral, a necessidade de registrar e perpetuar ideias impulsionou uma rápida evolução histórica. Esse percurso estendeu-se das inscrições em pedras e do uso de papiros até a invenção da imprensa de tipos móveis. Posteriormente, a comunicação expandiu-se com o surgimento dos romances literários e a posterior consolidação dos meios de comunicação de massa. Desde a industrialização do vestuário e aceleração das formas de consumo, esse ecossistema engloba também a moda.

De acordo com Miranda (2008), a indústria da moda é uma área que engloba muito mais do que apenas a fabricação e venda de roupas e acessórios. Além disso, ela também inclui diversos setores como a mídia de massa, agências de publicidade, agências de modelos e empresas especializadas em consultoria empresarial.

A moda é a forma como nos expressamos para o mundo. Ela é capaz de funcionar como uma ferramenta de comunicação para representar nossas crenças e nossa cultura. Ao longo da história, o vestuário foi utilizado para determinar classes sociais, gêneros, povos e nações. As peças de roupa inseridas numa lógica social e mercadológica contribuem para a produção de sentidos e transformação da sociedade. (Esteves, 2017, p. 11)

É possível compreender que existe uma conexão entre o jornalismo de moda e o jornalismo cultural, uma vez que ambos estão envolvidos com a cobertura e análise de eventos culturais. O jornalismo de moda pode ser considerado uma vertente do jornalismo cultural, pois a moda constitui uma expressão cultural que reflete valores, crenças e comportamentos de uma sociedade em determinado contexto histórico. Nesse sentido, ao interpretar essas manifestações e seus significados sociais, o jornalismo de moda aproxima-se do jornalismo cultural. Conforme Barreto (2006), o jornalismo cultural desempenha um papel importante na difusão e contextualização da produção cultural, contribuindo para ampliar o acesso

do público às diferentes manifestações culturais. O jornalismo cultural, que abrange diversas áreas, pode incluir a moda em sua cobertura e análise. Dessa forma, o jornalismo de moda e o jornalismo cultural compartilham o objetivo de fornecer ao público informações e reflexões sobre a cultura contemporânea.

Esteves (2017) explica que através da mídia, é possível combinar moda e referências culturais em um mesmo contexto. “O processo de midiatização também possibilita que o veículo combine a moda com referências ligadas à produção cultural”, analisa a autora. “As publicações podem envolver temas que vão além do universo da moda, por exemplo saúde, turismo, cultura, arte e literatura” (Esteves, 2017, p. 51).

Conforme afirma Miranda (2008), a moda comunica, e ela é uma forma de comunicação carregada de significados, que age como um código capaz de estabelecer conexões e relações sociais, ela utiliza a roupa como meio de transmitir mensagens para quem observa e também para quem é observado, tornando-se um dispositivo social valioso para a comunicação e interação no meio em que se está inserido.

A moda, indumentária e vestuário são considerados fenômenos culturais na medida em que constituem algumas das maneiras pelas quais uma ordem social é experimentada e comunicada. Quando as funções anteriores – de modéstia, imodéstia, proteção e adorno – são consideradas, estão também comunicando uma postura numa ordem cultural e social, tanto para os outros membros da ordem a que pertence quanto para aqueles que estão fora dela. Mediante o fenômeno da moda, podemos comunicar ao mundo e a nós mesmos o que somos, o que não somos, aquilo que sonhamos ser, e até o que parecemos ser. Não é simplesmente dizer que o que nós vestimos mostra o que nós somos, mas como nós vestimos e em que contexto. (Miranda, 2008, p. 74-75)

Já nas palavras de Santos (2014, p. 12), “ao mesmo tempo em que a moda une, cria laços e grupos sociais, também reforça a necessidade de individualização do sujeito – uma das características mais marcantes do pós modernismo”. Apoiando esses argumentos Miranda (2008, p. 75) explica que “a aquisição e o uso das roupas é uma forma, cada vez mais aceita, de expressão individual. Por meio da moda e da indumentária, os indivíduos podem diferenciar-se como tais e declarar alguma forma de singularidade”.

Ainda de acordo com Miranda (2008), a moda oferece uma ampla variedade de opções de roupas, cores, tecidos e modelos, que quando combinadas de acordo

com as preferências de cada pessoa, formam um conjunto visual que pode ser interpretado de diferentes maneiras por quem observa e quem veste. Por exemplo, roupas mais soltas podem expressar uma mensagem de conforto e liberdade de movimento, enquanto roupas esportivas podem indicar um estilo de vida saudável ou uma preferência por esportes. As saias curtas e os decotes podem refletir autoconfiança, e combinações de roupas exóticas podem mostrar o desejo de se destacar da multidão. Dessa forma, a moda consolida-se como um território de expressão livre, onde o indivíduo pode projetar identidades que transcendem as amarras da realidade cotidiana.

2.3 Produção de sentidos através da imagem no jornalismo cultural e de moda

Dalmonte (2010) enfatiza que, a narrativa jornalística é influenciada pelo passado, presente e futuro, e a atribuição de valor de um acontecimento ocorre simultaneamente à sua estruturação e apresentação. Nesse contexto, Piza (2004) explica que houve um marco nos princípios do jornalismo cultural em 1711, com o surgimento de uma revista diária, intitulada *The Spectator*, localizada em Londres nessa época os assuntos que predominavam eram, óperas, livros, costumes, teatro e festivais de músicas.

Diante disso, observa-se que o jornalismo cultural caminha em estreita relação com as manifestações artísticas e suas ramificações. Segundo Piza (2004), o surgimento dessa vertente está diretamente atrelado ao desenvolvimento dos centros urbanos; contudo, o autor enfatiza que, em diversos países, o jornalismo cultural enfrenta um cenário de crise. De modo análogo, o jornalismo de moda também abarca uma pluralidade de frentes, distanciando-se de uma abordagem puramente unidimensional. As evidências discutidas nos tópicos anteriores sustentam a premissa de que, embora a moda integre o escopo do jornalismo cultural em determinados pontos, o jornalismo de moda consolida-se como um campo autônomo e responsável pela cobertura de suas próprias especificidades.

Ferrari (2010, p. 1) afirma que a moda tem sido “um dos fenômenos mais influentes na civilização ocidental”. Segundo a autora, sua influência ultrapassa o vestuário e atualmente é vista quase como algo “natural” (Ferrari, 2010, p. 1). Além disso, destaca que a moda possui “uma longa história”, iniciada aproximadamente

no final da Idade Média, e está “intrinsecamente relacionada com a linguagem, o corpo, a arte e o consumo” (Ferrari, 2010, p. 1).

Flores (2016, p. 10) adiciona o aspecto de que “enquanto a opinião parece ser majoritariamente diluída no discurso do jornalismo geral, para o jornalismo segmentado em moda, a opinião é um importante pilar no juízo e interpretação da prática”, a autora ainda explica que:

O jornalismo de moda é o jornalismo segmentado na área da moda, com suas próprias peculiaridades e especificações de texto e imagem. Exige um considerável grau de conhecimento dos jornalistas de moda em áreas afins como arte, cinema, comportamento, tendências, história, entre outras, para desvendar e comunicar adequadamente o universo da moda para o público – também específico. (Flores, 2016, p. 9).

O jornalismo de moda despontou, segundo Santos (2014, p. 23) com “a popularização dos almanaques, principalmente a cópia dos mesmos com repetição periódica, dão o primeiro pontapé para o desenvolvimento do jornalismo de moda”. Segundo a mesma autora, no período de transição entre as décadas de 1950 e 1960, ocorreu um marco significativo na indústria da moda com a emergência do prêt-à-porter. Esse movimento desempenhou um papel fundamental na democratização do acesso à moda e na reestruturação da indústria têxtil. Como resultado, houve uma crescente demanda por uma cobertura mais abrangente da moda nas principais publicações do segmento.

Deste modo, é possível compreender que o jornalismo de moda tem como prática relatar, analisar, e comunicar informações relacionadas às tendências, estilistas, marcas, eventos e aspectos culturais do mundo da moda. Flores (2016, p. 9), afirma que “o cenário da crítica de moda é bastante escasso no jornalismo brasileiro”, fomentando a ideia de que, a moda e o jornalismo de moda não tem um reconhecimento tão alto quanto o jornalismo cultural.

Como já vimos anteriormente, o jornalismo cultural é a área que abrange a cobertura, análise e crítica de eventos, obras, manifestações artísticas, literárias, cinematográficas, musicais, teatrais e outras expressões culturais, visando informar e enriquecer o público sobre as diversas formas de cultura.

Atualmente o jornalismo de moda não mais se encontra apenas em revistas e empresas, mas também na *web*, e com isso a imagem, é o que ganha destaque. Flores (2016) entende que, no jornalismo especializado em moda, a importância da

imagem é incontestável. Assim como ocorre no telejornalismo, a força da imagem também é fundamental em todas as formas em que o jornalismo de moda se manifesta. Sejam os editoriais de moda, as entrevistas, as semanas de moda, os bastidores ou o estilo de rua, tudo é extensivamente registrado visualmente, com fotografias, vídeos, ilustrações, colagens, desenhos, infográficos e diversas outras formas de representação são amplamente utilizados.

De acordo com Flores (2016), o jornalismo de moda precisa cativar o olhar do público antes mesmo de transmitir a informação, e é por isso que a imagem ocupa o maior espaço quantitativo nesse campo jornalístico. Além disso, os textos carregados de referências servem como um convite para o público já familiarizado com o universo da moda, repleto de jargões, assim como ocorre no próprio jornalismo especializado nessa área.

À medida que os acordos sociais passaram por novas interpretações, a moda emergiu como uma forma de expressão pessoal, refletindo a época e o local em que cada indivíduo vive. A vestimenta deixou de ser simplesmente uma necessidade funcional de cobrir o corpo ou um símbolo de *status*. Agora, ela transcende essas funções básicas e adquire um significado mais profundo, ligado à criatividade, estética e individualidade do ser humano. A moda passou a representar algo além do óbvio, abrindo espaço para a livre expressão, a inovação e a manifestação da identidade pessoal através do vestuário. Para Esteves (2017, p.12) “O corpo enquanto ferramenta da moda é essencial no processo de identificação, ganha destaque na sociedade pós-moderna, evidente, cada vez mais, nas revistas especializadas”. Ferrari contribui, explicando que:

A característica de reinvenção da moda está ligada à ideia de que ela é uma das formas mais diretas de expressão do homem. As roupas e acessórios parecem ter uma linguagem e o poder de dizer muito sobre aquele que as veste. Acontece que esse “dizer” é tão mutável e artificial, quanto o ato de trocar uma peça de roupa e, assim, adotar um estilo completamente diferente e ser capaz, de certa forma, de se reinventar, ao menos esteticamente. (Ferrari, 2010, p. 6)

O jornalismo de moda está ligado à representação das características culturais das vestimentas, estilo de comportamento e expressão de um tempo.

2.4 Abordagem da moda na cultura visual do Instagram

O Instagram é uma rede social, conhecida por sua potencialidade visual, bastante popular entre o público, por a ferramenta disponibilizar o compartilhamento de fotos e vídeos. Criado em 2010, segundo Macêdo (2016, p. 48) o Instagram gera conectividade e aproxima, ao integrar “os usuários por meio do sistema de seguidores, no qual os indivíduos escolhem os perfis aos quais querem se vincular e receber atualizações”. Em 2012, o Instagram foi vendido ao Facebook, que tinha como CEO e maior acionista Mark Zuckerberg, fundador da rede social Facebook (G1, 2012). Desde então, o Instagram é uma subsidiária do Facebook e é de propriedade da antiga empresa Facebook Inc., atualmente conhecida como Meta, sua nova nomenclatura.

Recuero (2009) analisa que as plataformas de redes sociais proporcionam uma maior conexão entre os atores sociais, o que acaba gerando um aumento significativo da visibilidade social de tais indivíduos. E é essa conexão que surge entre os usuários da plataforma e os conteúdos disponibilizados na mesma, que buscamos analisar.

O Instagram foi escolhido como o meio digital para a realização deste trabalho, por sua versatilidade e dinamismo. Aliando rede social, moda e interação, e como essa aliança se dissemina na rede social Instagram, avaliando as dinâmicas de interações, como curtidas, compartilhamentos posts salvos e os demais mecanismos da plataforma, e vínculos criados a partir do perfil São Borja veste.

As curtidas simbolizam aprovação, ou seja, ao clicar sobre o botão curtir o usuário passa a mensagem de que gostou da postagem publicada por um outro usuário. Enquanto que os comentários dizem respeito a marcação de outros usuários e às afirmações ou perguntas que são feitas a respeito do conteúdo postado. Conteúdo este que é organizado a partir de uma linha do tempo, chamada timeline (Macêdo, 2016, p. 49).

Combinando recursos criativos e uma ampla gama de funcionalidades, o Instagram pode proporcionar um ambiente dinâmico e inspirador para explorar a estética, as tendências e a expressão artística, podendo ser usado para tratar de moda. O Instagram oferece um espaço ágil e de fácil acesso, que fomenta os usuários a mostrarem sua tradição e identidade, usufruindo e impulsionando atividades de lojistas, influenciadores digitais e cantores (Becheri et al., 2022). Ainda

segundo Becheri et al (2022, p. 10), “as mídias sociais oferecem uma infraestrutura material para que a construção do mercado ocorra”.

Lans (2019) afirma que os consumidores costumam visitar perfis de lojas on-line no Instagram para conhecer e apreciar produtos, e que o marketing e suas estratégias, como promoções e afins, influenciam os consumidores e/ou usuários da plataforma digital a efetuarem determinada compra.

Quanto às atitudes dos consumidores de moda, percebe-se que a grande maioria acha interessante, e segue perfis de lojas que publicam notícias sobre tendências em seu perfil no Instagram. E que esta rede social serve como influenciadora, pois estes consumidores estão atentos às tendências do mundo da moda e de alguma forma, o Instagram já influenciou ou ajudou a complementar o seu estilo de vestir (Lanz, 2019, p. 17).

O Instagram é uma rede social popularmente conhecida e não fica restrito apenas a troca de posts, fotos e informações, já que pode ter retorno monetário, não apenas por grandes lojistas, mas também por pequenos e microempreendedores. De acordo com Mello (2019), o crescimento de brechós comerciais na plataforma digital Instagram reflete uma reconfiguração nos hábitos de vestuário, impulsionada por consumidores que buscam tanto a afirmação da identidade e da exclusividade por meio de peças raras, alinhadas à estética vintage das décadas de 1980 e 1990, quanto a prática de um consumo mais consciente e sustentável.

Conforme argumentado por Becheri et al. (2022), o Instagram fornece recursos que impulsionam as trocas econômicas entre os usuários e o mercado, mesmo essa rede social não tendo meios próprios de fazer transações monetárias, já que há meios que facilitam que essa parceria entre comércio e cliente ocorra. Ainda baseado nas considerações da autora, os usuários que usufruem da plataforma para ganho monetário, continuam a utilizar o Instagram para apoiar suas atividades, mesmo que precisem recorrer a outros meios, como sites próprios, marketplaces, WhatsApp, entre outros, para concluir tais transações.

Conforme aponta Mello (2019), a interface visual do Instagram associada à interatividade dos comentários e mensagens diretas estabeleceu um modelo padronizado de comércio afetivo, onde o diálogo em torno da história de cada peça atua como um mediador essencial nas relações de compra e venda. Atualmente a rede social Instagram é um portfólio para diversos setores empresariais, já que, é formado por mecanismos que colaboram para a disseminação e compartilhamento

de imagens. As suas funcionalidades fazem com que o usuário tenha uma diversidade de opções de uso, seja no formato de *reels*, que são vídeos curtos, mas que geram um enorme engajamento, ou com o *stories*, compartilhando trivialidades do dia a dia, como diversas blogueiras de moda mostrando suas escolhas diárias.

O Instagram e suas ferramentas, como analisamos anteriormente, disponibiliza que seus usuários, criem, editem, e compartilhem, fotos, vídeos, *lives*, comentários e *likes*, e tem mais uma infinidade de ferramentas que podem ser usadas para fazer *marketing* e alavancar negócios, inclusive relacionados a moda, visto que ela está vinculada a nossa imagem.

3 PRIMEIRA FASE DO PROJETO SÃO BORJA VESTE

Neste capítulo, abordamos a relação entre moda, comunicação e mídias sociais, compreendendo o vestir como uma forma de expressão capaz de comunicar identidades, hábitos e aspectos culturais. Também apresentamos algumas características da moda em São Borja, considerando elementos ligados à cultura local, à fronteira e às particularidades de uma cidade do interior.

Além disso, observamos como a moda circula nas mídias sociais, especialmente no Instagram, plataforma escolhida para o desenvolvimento do projeto. A análise desses espaços permitiu compreender como a moda está presente no cotidiano digital dos são-borjenses e reforçou a proposta do São Borja Veste de valorizar não apenas as roupas, mas também as histórias, os estilos e as formas de expressão das pessoas que fazem parte da cidade.

3.1 Concepção do projeto: identidade regional, fronteira e cultura local

O projeto *São Borja Veste* foi idealizado a partir da necessidade de analisar, de forma empírica, a conectividade e a visibilidade que as mídias sociais proporcionam aos atores sociais cotidianos, conforme premissas propostas por Recuero (2009). A concepção inicial do Trabalho de Conclusão de Curso estava direcionada à investigação de brechós e práticas de moda sustentável no município. Contudo, ao longo do amadurecimento metodológico, percebeu-se que as manifestações mais expressivas e dinâmicas da moda local circulavam ativamente no ambiente digital, o que motivou o redirecionamento do escopo do projeto para uma abordagem prática e documental focada no Instagram.

Compreender a dinâmica das mídias digitais exige também a contextualização do espaço geográfico onde essas interações ocorrem. No caso de municípios de pequeno e médio porte, as redes sociais tornam-se ferramentas ainda mais estratégicas. Conforme dados do Censo 2022 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a cidade de São Borja, localizada na Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul, possui uma população estimada de 59.676 habitantes. Embora não se configure como um grande polo industrial têxtil, o município apresenta características de consumo singulares, marcadas pelo viés fronteiriço e

interiorano. Segundo Brito (2021), o varejo de moda em regiões interioranas possui alto potencial de diferenciação e destaque justamente pela ausência de grandes marcas globais, o que abre espaço para o fortalecimento do comércio e de marcas locais.

Todavia, o comportamento do consumidor de moda nesses ecossistemas difere substancialmente dos grandes centros urbanos. Conforme analisa Renan Sandrini (2019), o público do interior tende a manifestar um perfil mais conservador em relação à adoção imediata de tendências globais, priorizando a exclusividade e a diferenciação visual nas vestimentas. Consequentemente, para além da lógica puramente mercadológica de estoques abundantes, a comunicação e o consumo de moda nessas localidades passam pela valorização de canais digitais interativos e personalizados. Assim, plataformas visuais como o Instagram atuam como vitrines fundamentais, capazes de alinhar as especificidades culturais da região às necessidades de representação identitária desse público.

A escolha do Instagram como plataforma de distribuição do projeto fundamentou-se em suas ferramentas nativas de engajamento e, fundamentalmente, em sua forte natureza visual, essencial para a narrativa de moda. O objetivo central do perfil criado foi evidenciar as singularidades da moda tradicionalista, fronteiriça e gaúcha que constituem o patrimônio cultural urbano de São Borja. Distanciando-se das lógicas comerciais tradicionais enfatizadas pela literatura de mercado (Bandeira; Lobo; Ferreira, 2018), o *São Borja Veste* buscou destacar a moda como reflexo do comportamento, da individualidade e da valorização biográfica dos cidadãos que nasceram ou escolheram habitar no município.

Na prática, o projeto utilizou a convergência entre texto e imagem para documentar indivíduos cotidianos que não pertencem ao nicho de modelos ou influenciadores digitais, mas que compõem a identidade real da cidade. A expansão cultural proposta deu-se ao conferir visibilidade às histórias de moradores comuns, humanizando o ecossistema digital local. As produções fotográficas foram estruturadas no formato de carrossel, aproveitando o recurso técnico da plataforma para disponibilizar aos seguidores uma narrativa visual multifacetada de cada colaborador. Esse arranjo visual foi articulado com textos biográficos curtos, gerados a partir de respostas obtidas por meio de questionários aplicados aos fotografados. Dessa forma, a página consolidou-se como um canal de troca de experiências, promovendo a interseção entre cultura, moda regional e memória afetiva.

Interiorana, fronteiriça e gaúcha são características que, unidas, fomentam a cultura e a moda são-borjense, evidenciando as singularidades do público local. Ao analisar a dinâmica desse mercado regional, Brito (2021), em entrevista com Filipe Valadares sobre a franquia de moda Serafini, aponta as potencialidades de cidades de menor porte: “Atuamos no interior, onde as grandes marcas não olham com potencial para franquear. Como chegamos em cidades menores, que não têm lojas bem estruturadas, o nosso projeto se destaca”. Desse modo, evidencia-se a relevância de aproveitar as oportunidades mercadológicas oferecidas por pequenos municípios, valorizando o cliente regional e impulsionando a economia local.

Sob essa mesma perspectiva, o comércio de moda no interior distancia-se significativamente das lógicas operacionais dos grandes centros urbanos, sendo fortemente influenciado pelos hábitos e pela cultura regional. Segundo Sandrini (2019), idealizador do canal *Alcateia no Varejo*, o consumidor do interior manifesta um perfil mais exigente e particular. Em razão disso, o autor recomenda que os lojistas evitem estoques abundantes de peças semelhantes, dado que o público reduzido dessas localidades prioriza a exclusividade no vestuário. Ademais, Sandrini (2019) pondera que “o pessoal do interior é muito conservador e na maioria das vezes demoram mais para começar a usar as tendências que foram lançadas lá fora”, o que demanda estratégias de comunicação e curadoria de produtos mais cuidadosas nessas regiões.

3.2 Pesquisa sobre a circulação da moda nas mídias sociais

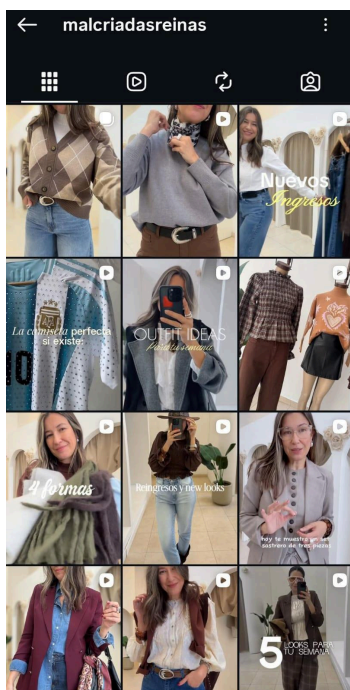
Segundo Castilho (2004), a moda pode ser compreendida como uma linguagem do corpo e da aparência, por meio da qual os sujeitos comunicam identidades e produzem significados. Partindo dessa perspectiva, observa-se que, nas mídias sociais, essa comunicação é potencializada pela circulação de imagens e conteúdos visuais relacionados ao vestir.

As mídias sociais transformaram a forma como a moda é divulgada e consumida, tornando-se importantes espaços de circulação de informações, tendências e produtos. Em São Borja, esse fenômeno pode ser observado por meio dos perfis de lojas locais no Instagram, dos anúncios publicados no Facebook Marketplace e de iniciativas de venda realizadas em eventos como o Brick São Borja.

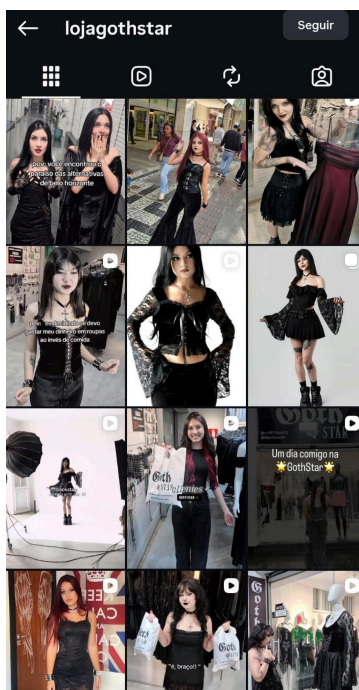
No Instagram, as lojas utilizam fotografias, vídeos e *reels* para apresentar coleções, divulgar promoções e interagir com os consumidores. A plataforma permite que pequenos empreendedores ampliem sua visibilidade e estabeleçam uma comunicação direta com o público, utilizando recursos visuais que valorizam as peças comercializadas. Já no Facebook Marketplace e em grupos de compra e venda, observa-se a circulação de roupas novas e usadas, evidenciando práticas de consumo que incluem tanto a aquisição de produtos quanto sua revenda.

A análise desses espaços demonstra que a moda ocupa lugar relevante nas dinâmicas comunicacionais locais. Entretanto, grande parte dos conteúdos publicados está voltada para a comercialização de produtos, havendo poucas iniciativas dedicadas à reflexão sobre os significados culturais e identitários presentes no ato de vestir. Nesse contexto, o projeto São Borja Veste propõe um olhar complementar, voltado não apenas para as roupas, mas também para as histórias, percepções e formas de expressão das pessoas fotografadas.

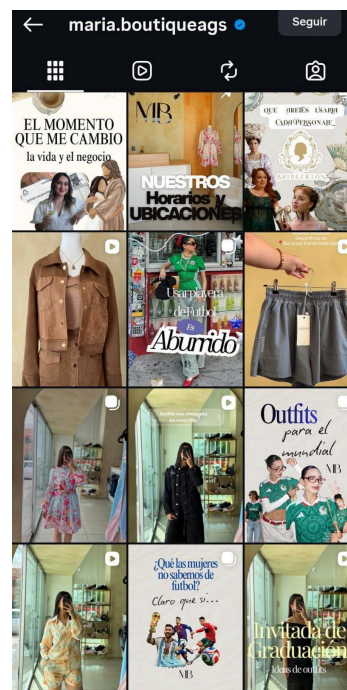
A observação das práticas de circulação da moda nas mídias sociais locais contribuiu para a definição da proposta editorial do projeto, que busca valorizar a moda como linguagem de comunicação e elemento de construção de identidade no cotidiano são-borjense.

Figura¹

Fonte: @malcriadasreinas

Figura²

Fonte: @lojagothstar

Figura³

Fonte: @maria.boutiqueags

Esses perfis ilustram bem como o *feed* do Instagram deixou de ser apenas uma vitrine de produtos para se transformar em um reflexo de estilos de vida e segmentação de nicho. Enquanto o primeiro aposta em uma estética casual e terrosa, e o segundo consolida uma identidade visual marcante voltada ao público gótico/alternativo, o terceiro combina moda contemporânea com narrativas cotidianas e temáticas. Essa diversificação visual e de conteúdo reforça que, no cenário digital atual, o departamento de moda depende diretamente de sua capacidade de traduzir a identidade de seu público-alvo em uma curadoria visual coesa, transformando seguidores em uma comunidade engajada, seja no nicho de vendas ou de *lifestyle*.

¹ Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/malcriadasreinas?igsh=bWc4bmV2MHptcjVY>

² Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/lojagothstar?igsh=MWpnbjA3cjJ1eWprdO==>

³ Disponível para acesso: https://www.instagram.com/fernandasujo_?igsh=MWgyvendocGE2c2l1aA==

4 CARACTERÍSTICAS GRÁFICOS-VISUAIS E EDITORIAIS

Neste capítulo, são apresentadas as características visuais e editoriais do São Borja Veste. Inicialmente é abordado a construção da identidade visual do projeto, explicando as escolhas relacionadas à logomarca, às cores, à tipografia e ao layout das publicações. Em seguida, descrevo o processo de definição das pautas e de produção dos conteúdos, destacando as entrevistas realizadas, os desafios encontrados durante a apuração e as estratégias utilizadas para desenvolver as publicações do perfil.

4.1 Definição de cores, tipografia e layout

A logomarca do projeto São Borja Veste foi desenvolvida a partir de elementos visuais que remetem diretamente ao universo da moda e da identidade local. O principal símbolo utilizado é um cabide, objeto associado ao vestuário e à organização das roupas, representando de forma imediata a temática central do projeto. No interior do cabide, as iniciais "SB" fazem referência ao município de São Borja, reforçando a conexão entre a proposta editorial e o contexto local.

Figura⁴



Fonte: produzido pela autora.

⁴ Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/saoborja.veste?igsh=ZTZ6eXczM28xNThm>

A palavra "Veste" aparece suspensa abaixo do cabide por meio de pequenos pregadores de roupa, simulando uma peça estendida em um varal. Esse recurso visual cria uma associação direta com o ato de vestir-se, elemento central da proposta do projeto, além de transmitir uma sensação de proximidade, cotidiano e autenticidade. A disposição das letras penduradas confere dinamismo à marca e reforça a ideia de que a moda está presente nas práticas diárias e nas diferentes formas de expressão dos sujeitos. A composição da logomarca foi desenvolvida pela autora por meio do aplicativo Canva.

Quanto à composição cromática, destaca-se o uso do verde, escolhido por sua relação com as paisagens do Pampa gaúcho, bioma característico da região onde São Borja está inserida. Segundo Silveira (2015, p. 124), o verde está associado à sensação de estar em um ambiente natural e agradável, transmitindo harmonia estética, jovialidade e energia. Já o fundo em tom amarelo foi inspirado nos tons do pôr do sol são-borjense. De acordo com Silveira (2015, p. 123), essa cor remete à alegria, à energia solar, ao calor e à estimulação intelectual, além de favorecer a retenção de informações na memória. A combinação dessas cores busca valorizar elementos da paisagem local, reforçando visualmente a identidade do projeto.

A combinação entre o cabide, os pregadores, as iniciais da cidade e a paleta de cores inspirada em elementos regionais contribui para a construção de uma identidade visual que não apenas identifica o projeto, mas também comunica seus valores. A logomarca sintetiza a proposta do São Borja Veste de retratar a moda como forma de expressão cultural e de valorização das identidades presentes no município.

A identidade visual do perfil foi desenvolvida para criar uma comunicação coerente com a proposta do projeto. Para isso, foram utilizadas tipografias serifadas e manuscritas, que remetem ao estilo editorial de revistas e, ao mesmo tempo, transmitem proximidade e autenticidade. As fontes serifadas aparecem principalmente nos títulos e chamadas, favorecendo a legibilidade, enquanto as manuscritas conferem um tom mais acolhedor às publicações.

Quanto ao layout, as postagens combinam fotografias, ilustrações, textos informativos e elementos gráficos em uma composição inspirada em colagens digitais. O uso de recortes, molduras e sobreposições de imagens aproxima a estética do perfil da linguagem de uma revista digital, tornando a navegação mais

dinâmica e atrativa. A paleta de cores, composta por tons terrosos, verdes e beges, contribui para a unidade visual do projeto e fortalece o reconhecimento da marca São Borja Veste.

4.2 Definição de pautas e produção de conteúdos

No desenvolvimento do projeto, focado na cobertura de moda urbana e comportamento nas ruas de São Borja, a construção da pauta assumiu uma natureza ligada às estações, espaços da cidade e sujeitos que nela circulam. A proposta inicial consistia em uma pauta micro, ou pauta de conteúdo, conforme a classificação apresentada por Marques (2017). O objetivo da pauta era investigar a expressão da identidade por meio do vestuário, a partir da aplicação de um questionário semiestruturado direcionado a pessoas selecionadas aleatoriamente.

A elaboração da pauta jornalística não se configura como uma etapa estanque ou meramente burocrática, mas sim como um "objeto vivo que permeia todas as etapas de produção e edição" (Marques, 2017, p. 15), funcionando como um roteiro dinâmico que se desenvolve ao longo do trabalho do jornalista.

A metodologia previa a abordagem de pessoas nas ruas para o registro fotográfico de seus looks e, posteriormente, a realização de uma breve entrevista composta por nove perguntas norteadoras. As questões buscavam compreender o que os participantes desejavam comunicar por meio de suas escolhas de vestuário, quais eram suas principais influências estéticas e como percebiam a moda em aspectos relacionados à identidade, ao posicionamento e às relações sociais.

No cenário de apuração em São Borja, a resistência das fontes configurou o principal obstáculo na rotina produtiva. A premissa de selecionar personagens de forma estritamente aleatória colidiu com justificativas recorrentes de falta de tempo ou a percepção pessoal de não estar arrumado o suficiente para o registro fotográfico, gerando um alto índice de recusas que tencionou o cronograma de produção.

O método de entrevista utilizado neste projeto se assemelha ao que Lage (2001, p. 72) define como uma "espécie de entrevista múltipla em que as mesmas perguntas são feitas a várias pessoas". Nesse sentido, todos os participantes responderam a um mesmo conjunto de questões, permitindo a comparação de percepções e experiências relacionadas à moda e à construção da identidade por

meio do vestuário.

Ao longo da realização da pauta, algumas adaptações metodológicas foram necessárias. Quando os participantes aceitavam o registro fotográfico, mas demonstravam estar com pressa, a entrevista presencial era substituída pelo envio posterior das perguntas via WhatsApp ou redes sociais fornecidas no momento da abordagem.

Apesar da flexibilidade tecnológica oferecida pelo suporte digital, a ausência de retorno posterior por parte de muitas fontes comprometeu a consolidação do material. Nesse sentido, Lage (2001, p. 55) afirma que "a base da formulação do texto é a entrevista: as perguntas que o jornalista faz ao pesquisador e a paciência deste em respondê-las, por estranhas ou desinformadas que pareçam". Dessa forma, a falta de resposta dos participantes impactou diretamente o desenvolvimento da pauta, uma vez que a entrevista constitui uma etapa fundamental para a obtenção e aprofundamento das informações.

Além de limitar a coleta de conteúdo, o silêncio dos entrevistados no WhatsApp gerou um impasse ético, pois a ausência de retorno inviabilizou a obtenção formal das autorizações de uso de imagem e de depoimento, inclusive de participantes que haviam demonstrado interesse inicial em colaborar com o projeto.

As publicações do São Borja Veste foram produzidas pela autora do trabalho, incluindo a elaboração das pautas, redação dos textos, produção das artes gráficas e gerenciamento do perfil no Instagram. O projeto buscou aproximar a moda da realidade local, utilizando uma linguagem acessível e conteúdos voltados à valorização da identidade são-borjense por meio do vestuário e da expressão pessoal.

As pautas foram desenvolvidas e criadas a partir da análises de meios de comunicação voltados para a área de moda e cultura, visto que este tema é pouco abordado nos meios comunicacionais locais. Assim, trabalhamos diretamente com entrevistas, abordando pessoas aleatoriamente nas ruas e praças de São Borja, as questionando sobre a relação delas com a moda.

A produção do conteúdo foi realizada por meio de fotografias autorais e entrevistas com pessoas abordadas em diferentes pontos da cidade. Os participantes eram convidados a compartilhar percepções sobre sua forma de vestir e sobre o papel da moda em suas vidas. Entre as questões propostas estavam reflexões sobre a expressão da identidade por meio das roupas, a possibilidade de a

moda atuar como forma de resistência ou posicionamento político, as influências que orientam as escolhas estéticas e aquilo que cada pessoa procura comunicar através de sua aparência.

A escolha das pautas foi orientada pelo objetivo de demonstrar que a moda está presente no cotidiano da população e pode ser compreendida para além das tendências comerciais. Dessa forma, o projeto buscou incentivar a criatividade, a valorização da cultura local e o reconhecimento da moda como forma de comunicação e construção de identidade.

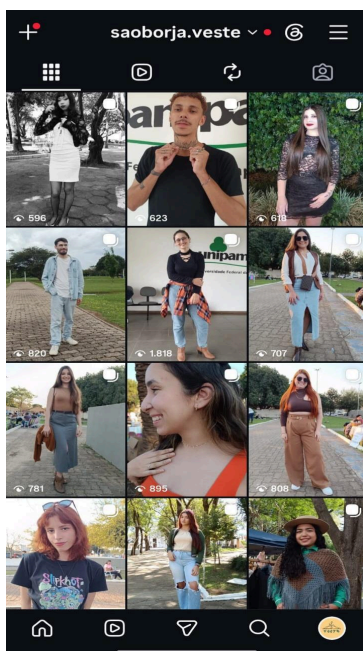
5 PRODUÇÃO E EXECUÇÃO DAS PUBLICAÇÕES JORNALÍSTICAS

Neste capítulo, apresento o processo de produção e execução do projeto jornalístico São Borja Veste, abordando o desenvolvimento das publicações, as escolhas visuais adotadas e os resultados alcançados junto ao público. Inicialmente, discuto como a moda foi utilizada para representar diferentes formas de identidade presentes em São Borja, por meio dos estilos e narrativas compartilhados pelos participantes. Em seguida, analiso a construção da narrativa fotográfica do projeto e o papel da fotografia na valorização das experiências e expressões individuais. Por fim, apresento os dados de alcance e engajamento das publicações.

5.1 Representações da identidade local por meio da moda

As publicações voltadas aos estilos dos moradores buscaram evidenciar a moda como forma de expressão identitária, valorizando diferentes formas de vestir presentes no cotidiano são-borjense.

Figura⁵



Fonte: @saoborja.veste

⁵ Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/saoborja.veste?igsh=ZTZ6eXczM28xNThm>

Os conteúdos publicados abordam temas diversos relacionados à moda, comportamento e identidade cultural. Entre eles, destacam-se dicas de estilo, curiosidades sobre peças do vestuário, tendências adaptadas ao contexto local e reflexões sobre a relação entre moda e expressão individual.

As imagens apresentadas evidenciam a diversidade de estilos observados durante a realização da pesquisa, demonstrando como o vestuário pode funcionar como uma forma de expressão da identidade individual. Entre os participantes, é possível identificar diferentes referências estéticas e culturais que se manifestam por meio das escolhas de roupas, acessórios e formas de apresentação pessoal.

Nas primeiras imagens, destacam-se visuais marcados por elementos associados à estética alternativa, como o uso de rendas, peças escuras, maquiagem expressiva e acessórios que reforçam uma identidade visual distinta dos padrões convencionais. Em alguns casos, a construção da imagem pessoal não está relacionada apenas ao vestuário, mas também a elementos como tatuagens, penteados e adornos corporais, que contribuem para a comunicação de gostos, valores e formas de pertencimento social.

Figura⁶

Fonte: @saaborja.veste

Figura⁷

Fonte: @saaborja.veste

Figura⁸

Fonte: @saaborja.veste

⁶ Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/p/DQ7cbUIkU9Y/?igsh=NXdhZjNidzNyNWey>

⁷ Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/p/DONIZLIERa7/?igsh=N21yN2IwenEyM2Zx>

⁸ Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/p/DP7JFUJkU9g/?igsh=eTZvbHhkamIwMmp1>

As publicações do São Borja Veste foram construídas a partir da observação do cotidiano dos moradores de São Borja e de sua relação com a moda. O projeto teve como objetivo compreender o que as pessoas vestem, quais influências orientam suas escolhas e de que forma as roupas podem funcionar como instrumentos de expressão da identidade individual e coletiva.

Os participantes nas imagens abaixo apresentam composições mais voltadas à elegância e à sofisticação, utilizando peças ajustadas, tecidos trabalhados e combinações que valorizam aspectos associados à feminilidade e ao cuidado com a aparência. Essas escolhas demonstram a preocupação com a construção de uma imagem visual marcante e revelam diferentes maneiras de utilizar a moda como ferramenta de expressão.

Também são observados estilos casuais e urbanos, caracterizados pelo uso de jeans, camisetas básicas, sobreposições e calçados confortáveis. Nessas composições, praticidade e conforto aparecem como elementos centrais, sem que isso signifique a ausência de identidade estética. Em alguns casos, a combinação de peças clássicas e contemporâneas evidencia a pluralidade de influências presentes no modo de vestir dos participantes.

Figura⁹

Fonte: @saaborja.veste

Figura¹⁰

Fonte: @saaborja.veste

Figura¹¹

Fonte: @saaborja.veste

⁹ Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/p/DP18pVwEeo3/?igsh=MXNvY2c0eWFrbnM5Mg==>

¹⁰ Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/p/DPwzpJQEZel/?igsh=cHl4d3Z2bGJoYW5v>

¹¹ Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/p/DPj7qW2kidx/?igsh=YTZ3NGFxbGpsbnI3>

Entre as publicações produzidas, destacam-se os conteúdos sobre acessórios utilizados pelos são-borjenses. Por meio de registros fotográficos e textos explicativos, buscou-se identificar elementos recorrentes nos visuais observados e compreender como esses objetos contribuem para a construção da identidade e da individualidade dos participantes.

Figura¹²

Fonte: @saaborja.veste

Figura¹³

Fonte: @saaborja.veste

Figura¹⁴

Fonte: @saaborja.veste

Também foram desenvolvidas publicações sobre a história da moda gaúcha, contextualizando aspectos culturais presentes nas formas de vestir da região. O conteúdo procurou demonstrar que as práticas de vestimentas não são apenas escolhas estéticas, mas também manifestações culturais relacionadas à história, aos costumes e às tradições locais.

Outro tema abordado foi a moda alternativa, representados pela imagem da figura¹⁵. A pauta surgiu a partir da identificação de indivíduos e grupos que adotam estilos distintos daqueles tradicionalmente associados ao imaginário regional. A publicação discutiu a diversidade de expressões estéticas encontradas em São Borja e refletiu sobre a moda como ferramenta de pertencimento, diferenciação e

¹² Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/p/DPE6YKjEdfM/?igsh=b3JsaXZpdzFtZ2xy>

¹³ Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/p/DO6kujKESiP/?igsh=aDY3NWF0YWc0NjE5>

¹⁴ Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/p/DOvnFM0kcVD/?igsh=aHMwMWg2Y3FjMWJ5>

manifestação de valores pessoais. Este foi um dos conteúdos que apresentou maior engajamento entre os seguidores do perfil.

Figura¹⁵



Fonte: @saoborja.veste

Utilizei a inteligência artificial nesse card em específico para fazer essa capa do post, apenas como recurso de apoio na edição. Ela auxiliou principalmente no recorte e na composição de elementos visuais, seguindo referências e orientações definidas por mim. A escolha das imagens, a proposta estética, a identidade visual e a finalização dos materiais foram realizadas sob minha responsabilidade. Destaco que esse recurso foi empregado apenas em alguns cards específicos, devidamente identificados nas publicações, e não em toda a produção.

As imagens abaixo evidenciam a presença de elementos associados a um estilo contemporâneo e sofisticado, marcado pelo uso de tons terrosos, modelagens elegantes e acessórios discretos. Observa-se a valorização de peças que combinam conforto e estética, como saias midi, calças de modelagem ampla e blusas de cortes diferenciados.

Além disso, os acessórios e os detalhes de acabamento contribuem para a construção de uma imagem harmoniosa e alinhada às preferências individuais das participantes. Em conjunto, os registros demonstram como a moda pode ser utilizada para expressar personalidade e estilo próprio, evidenciando escolhas que transitam entre a elegância, a praticidade e as tendências contemporâneas.

¹⁵Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/p/DYk1zQ5GuQd/?igsh=MmtreXNrOTFkb3h5>

Figura¹⁶

Fonte: @saaborja.veste

Figura¹⁷

Fonte: @saaborja.veste

Figura¹⁸

Fonte: @saaborja.veste

Com o objetivo de dar voz aos sujeitos retratados, o São Borja Veste incorporou ao formato dos carrosséis fotográficos alguns *cards* de texto ao final das publicações. Nesses *cards*, foram apresentadas respostas selecionadas das entrevistas realizadas com os participantes, destacando falas consideradas mais expressivas dentro das interações.

As entrevistas foram conduzidas a partir de questões que buscavam compreender a relação dos sujeitos com a moda e com a própria identidade, entre elas: “o que você pensa sobre se expressar por meio das roupas?”, “você acha que a moda pode ser uma forma de resistência ou de posicionamento político?”, “quais são suas maiores influências na hora de se vestir?” e “o que você busca comunicar com o seu jeito de vestir?”.

As respostas obtidas foram posteriormente organizadas em formato de *cards*, inseridos ao final dos carrosséis fotográficos. Essa escolha editorial buscou integrar imagem e fala, permitindo que o público tivesse acesso não apenas à dimensão visual dos registros, mas também às percepções e interpretações dos próprios participantes sobre suas práticas de vestir.

Os *cards* de entrevista atuam como complemento narrativo das fotografias, ampliando o sentido das imagens e contribuindo para a construção de uma

¹⁶ Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/p/DPeyIXYEQ4Z/?igsh=Mnh3ZjFic3RieDFu>

¹⁷ Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/p/DPRXwrojDBv/?igsh=MWkxdGs1YndxZ2ZIMA==>

¹⁸ Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/p/DPM5qJ0kRTO/?igsh=NndwdzUwcWxjdHY=>

abordagem mais participativa e interpretativa do projeto, na qual os sujeitos não são apenas observados, mas também escutados. As falas selecionadas para compor os cards correspondem aos trechos considerados mais expressivos das entrevistas, funcionando de maneira semelhante ao recurso gráfico conhecido como "olho", amplamente utilizado no jornalismo de revista para destacar declarações de maior impacto e despertar o interesse do leitor. Essa estratégia reforça a aproximação do projeto com a linguagem editorial das revistas, valorizando tanto a narrativa visual quanto os relatos dos participantes.

Figura¹⁹



Fonte: @saaborja.veste

Visualmente, os cards foram desenvolvidos com fundo amarelo, em consonância com a identidade visual do projeto, enquanto as citações foram destacadas na cor verde. Essa composição cromática dialoga com a proposta estética do São Borja Veste, que utiliza cores associadas à paisagem e à cultura local, reforçando a unidade visual das publicações.

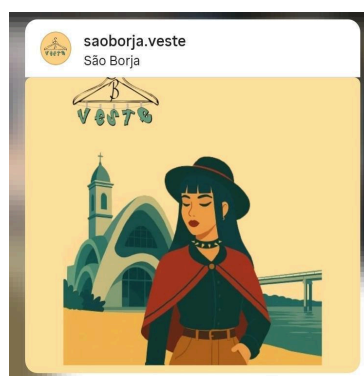
As publicações apresentadas a seguir, reforçam a proposta do projeto São Borja Veste de compreender a moda para além do vestuário, relacionando-a à

¹⁹ Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/saaborja.veste?igsh=ZTZ6eXczM28xNThm>

identidade, à cultura e ao pertencimento. A primeira publicação destaca a ideia de que a forma de vestir comunica aspectos da personalidade e da trajetória dos indivíduos, evidenciando a moda como expressão de identidade. A segunda utiliza elementos visuais associados a São Borja, valorizando referências locais e fortalecendo a conexão entre moda e cultura regional. Já a terceira aborda o poncho como símbolo tradicional do Rio Grande do Sul, ressaltando a importância das peças de vestuário na preservação de costumes e na construção de identidades culturais.

Figura²⁰

Fonte: @saoborja.veste

Figura²¹

Fonte: @saoborja.veste

Figura²²

Fonte: @saoborja.veste

Essas publicações dialogam com o objetivo do projeto de compreender em que medida as escolhas vestiárias dos participantes são influenciadas pela cultura local ou por referências externas. Ao abordar temas relacionados à identidade, à tradição e à expressão pessoal, o São Borja Veste buscou registrar as múltiplas formas de vestir presentes na cidade, entendendo a moda como um fenômeno cultural, comunicacional e identitário.

5.2 Narrativa fotográfica da identidade no cotidiano

A produção fotográfica desenvolvida no projeto São Borja Veste caracteriza-se pela utilização da fotografia documental associada ao retrato ambiental e à estética do street style. Diferentemente da fotografia de moda

²⁰ Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/p/DYZoNi0GiDP/?igsh=NTh5NGI3eXBnN2sy>

²¹ Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/p/DOCdKlDkaFq/?igsh=NTI1dXY0dnJud29w>

²² Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/p/DYUbj9wjZ6r/?igsh=dWVwZGk0cnJlN285>

tradicional, voltada à publicidade, às passarelas ou aos editoriais produzidos em estúdio, as imagens foram realizadas em espaços públicos da cidade, buscando registrar pessoas em seu contexto cotidiano e valorizar formas autênticas de expressão por meio do vestuário. Nesse sentido, conforme aponta Rodrigues (2008), em seus estudos sobre fotografia, moda e arte, a imagem fotográfica no campo da moda não se restringe à função ilustrativa, mas constitui um espaço de produção simbólica, no qual corpo, vestuário e ambiente articulam sentidos culturais e estéticos. A proposta do projeto consistiu em retratar indivíduos comuns, preservando características de seu ambiente e de sua identidade visual, de modo a evidenciar a relação entre moda, cultura e pertencimento.

A fotografia foi utilizada como principal linguagem narrativa do projeto, permitindo não apenas a documentação dos estilos observados nas ruas de São Borja, mas também a construção de narrativas visuais sobre identidade e comunicação. Nesse contexto, a abordagem dialoga com a perspectiva de Rodrigues (2008, p. 5), “há muito tempo a foto de moda deixou de focar objetivo exclusivamente na roupa, para transparecer outras apropriações, outros discursos, mais coerentes com o próprio ato de se vestir”.

As imagens não tiveram como objetivo destacar exclusivamente as roupas ou tendências de moda, mas compreender o vestir como uma forma de expressão pessoal e cultural. A composição fotográfica buscou valorizar elementos como gestos, expressões, escolhas estéticas e características do espaço urbano, contribuindo para ampliar os significados presentes em cada registro.

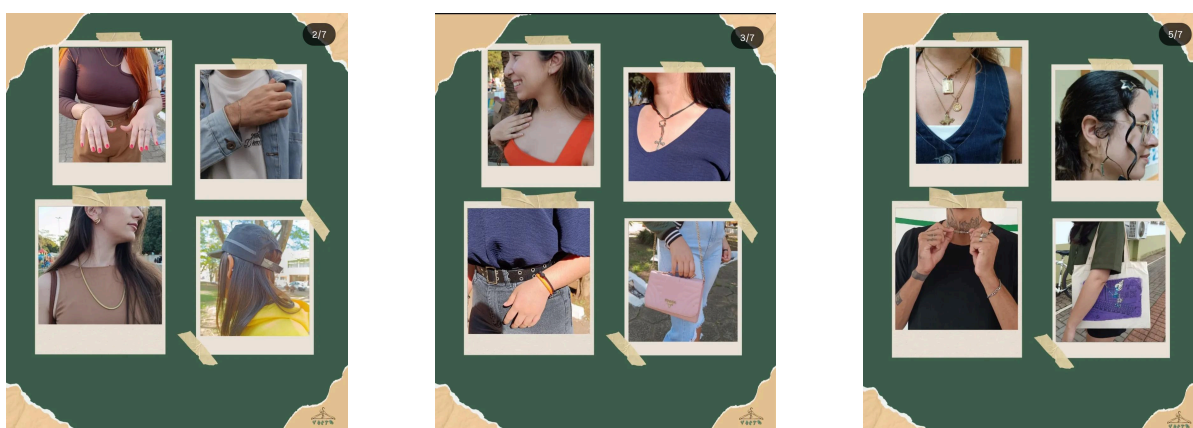
Além de sua função informativa, a fotografia desempenhou papel fundamental na valorização das histórias dos participantes e na construção da proposta editorial do projeto. As imagens foram produzidas para dialogar com os relatos coletados durante as entrevistas, estabelecendo uma relação entre fotografia e narrativa jornalística. O São Borja Veste utiliza a fotografia como instrumento de observação, registro e representação da diversidade de estilos e identidades presentes no cotidiano são-borjense, aproximando-se das práticas contemporâneas do jornalismo cultural e da fotografia de rua, nas quais a imagem é compreendida, conforme Rodrigues (2008), como um espaço de encontro entre arte, moda e comunicação.

As fotografias foram realizadas sem preparação prévia, registrando os participantes em situações cotidianas. Essa escolha metodológica buscou valorizar a espontaneidade e documentar a moda presente nas ruas da cidade, aproximando o

projeto das experiências reais dos moradores. Dessa forma, os conteúdos publicados procuraram retratar não apenas as roupas utilizadas, mas também as histórias, percepções e significados associados a elas.

A fotografia constitui a principal linguagem do projeto São Borja Veste, configurando-se como elemento estruturante da narrativa e não apenas como recurso ilustrativo. Nesse sentido, as imagens produzidas assumem papel central na construção de sentidos, uma vez que possibilitam a leitura de aspectos sociais, culturais e identitários presentes no cotidiano dos sujeitos retratados. As imagens produzidas evidenciam o vestuário como forma de linguagem não verbal, permitindo a interpretação de elementos relacionados à identidade, à cultura e às práticas sociais dos indivíduos.

Figura ²³



Fonte: @saoborja.veste

A composição fotográfica contribui para a construção de uma narrativa visual sobre o espaço urbano de São Borja, evidenciando a relação entre os sujeitos e o ambiente em que estão inseridos. Os cenários cotidianos, as texturas urbanas e os elementos do espaço público colaboram para a contextualização das imagens e para a produção de sentidos sobre o território. A produção fotográfica foi realizada em espaços urbanos da cidade de São Borja, a partir da abordagem de transeuntes em seu contexto cotidiano. Os registros foram feitos mediante autorização dos participantes, sem intervenções estéticas ou preparações prévias, buscando preservar a espontaneidade das situações observadas. Essa opção metodológica

²³ Disponível para acesso:

https://www.instagram.com/p/DZCxd7AGiKJ/?img_index=5&igsh=MWVpMjc1bXJud2ZhcA==

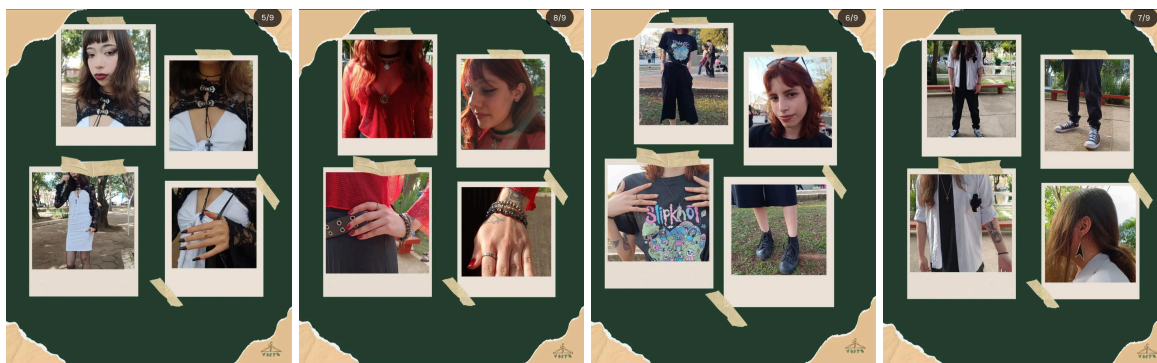
aproxima o projeto de uma perspectiva documental, na qual o cotidiano é entendido como campo legítimo de representação jornalística.

As fotografias foram produzidas com um celular Redmi Note 12 Pro 5G, utilizando o foco ajustável ao toque na tela e a grade de composição da câmera para auxiliar no controle dos ângulos e enquadramentos. A escolha se deu por ser um dispositivo compacto, de fácil manuseio e que reúne diversos recursos integrados, o que contribuiu para a minha autonomia no processo de produção fotográfica.

O uso do celular apresenta vantagens importantes no contexto da acessibilidade, considerando que eu possuo baixa visão e visão monocular. Entre esses recursos, destaco a possibilidade de ampliação da imagem em tempo real, o zoom ajustável, a interface intuitiva com ícones ampliados, além do feedback tátil e sonoro durante o uso e da visualização imediata das fotografias após o registro. Esses elementos facilitam o controle do processo criativo e permitem ajustes mais rápidos de foco, luz e enquadramento. Assim, o smartphone não funciona apenas como um instrumento técnico de captura de imagens, mas como um mediador acessível da prática fotográfica contemporânea, ampliando as possibilidades de produção visual e fortalecendo a minha independência no ato de fotografar.

Nas duas figuras abaixo, o uso de ângulos distintos, enquadramentos variados e mudanças de postura dos participantes contribui para gerar dinamismo e sensação de movimento nas imagens. Dessa forma, as postagens não apenas apresentam as escolhas de vestuário dos participantes, mas também destacam os detalhes que ajudam a compor suas identidades e estilos individuais.

Figura²⁴

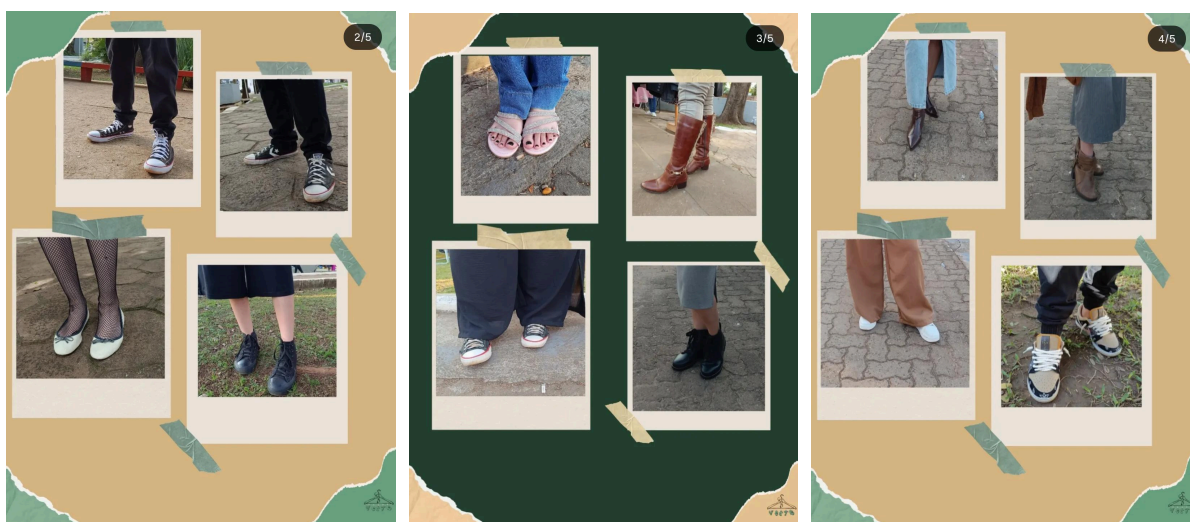


Fonte: @saaborja.veste

²⁴Disponível em: https://www.instagram.com/p/DYk1zQ5GuOd/?img_index=6&igsh=MmtrcXNrOTFkb3h5

As duas postagens apresentam estratégias visuais semelhantes, mas com enfoques diferentes na valorização dos elementos que compõem o estilo dos participantes. Na primeira, o destaque está na construção da identidade visual de cada pessoa por meio de fotografias que mostram o rosto, o vestuário completo e detalhes específicos, como acessórios, maquiagem, estampas e elementos simbólicos das roupas. A combinação de enquadramentos variados permite ao público observar não apenas as peças utilizadas, mas também a forma como elas são incorporadas à imagem pessoal de cada participante.

Figura²⁵



Fonte: @saoborja.veste

Já na segunda postagem, o foco se desloca para os calçados, explorando detalhes que poderiam passar despercebidos em fotografias mais amplas. Os diferentes enquadramentos aproximados evidenciam texturas, formatos e estilos variados, demonstrando como os acessórios e complementos também participam da construção da identidade visual.

Assim sendo, a fotografia no projeto São Borja Veste pode ser compreendida como uma linguagem jornalística e interpretativa, na medida em que articula registro e construção de sentido. Nesse contexto, a fotografia ultrapassa a função de simples registro visual e passa a operar como um dispositivo de significação, no qual o corpo e a roupa se articulam como formas de expressão simbólica. Ao evidenciar sujeitos

²⁵ Disponível para acesso: <https://www.instagram.com/p/DY9n6pakZ3-/?igsh=MWxmY2N2b2JkNDc4dA==>

reais em situações reais, o projeto reforça a dimensão documental da imagem e sua potência enquanto ferramenta de investigação social, cultural e comunicacional.

5.3 Alcance e interação

Além da produção dos conteúdos, é importante observar como eles foram recebidos pelo público. dessa maneira, serão analisadas métricas disponibilizadas pelo Instagram, como alcance, curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos. Esse perfil no Instagram foi criado exclusivamente para o projeto, começando sem nenhum seguidor. A divulgação do perfil ocorreu de forma orgânica por pessoas que se interessaram pelo conteúdo do perfil.

Figura²⁶



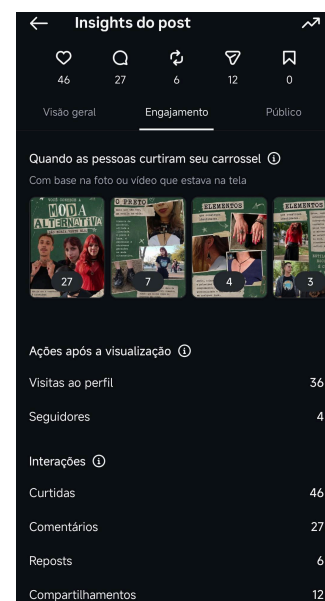
Fonte: @saaborja.veste

Figura²⁷



Fonte: @saaborja.veste

Figura²⁸



Fonte: @saaborja.veste

O alcance e a interação das publicações constituem importantes indicadores da recepção do público em relação aos conteúdos produzidos pelo São Borja Veste. A partir da análise das métricas disponibilizadas pelo Instagram, foi possível observar resultados positivos para o projeto, especialmente considerando que o perfil possuía 88 seguidores no período analisado.

Figura²⁹



Fonte: @saaborja.veste

Figura³⁰



Fonte: @saaborja.veste

Figura³¹



Fonte: @saaborja.veste

Durante o mês de maio de 2026, o perfil registrou aproximadamente 2,5 mil visualizações. As publicações do projeto ocorreram entre agosto de 2025 e junho de 2026, período em que foram acompanhados os dados de alcance e interação da página. Além disso, 64% das visualizações foram realizadas por não seguidores, indicando que os conteúdos conseguiram alcançar usuários além do público já consolidado do perfil. Esse dado evidencia a capacidade das publicações de ampliar a visibilidade do projeto e atrair novos interessados.

As métricas também mostram que algumas publicações alcançaram centenas de contas e ultrapassaram mil visualizações, demonstrando boa circulação dos conteúdos na plataforma. Entre os fatores que contribuíram para esse resultado estão o compartilhamento das publicações, a divulgação por meio dos *Stories* e o acesso de usuários provenientes do *Feed*, da aba *Explorar* e de pesquisas realizadas no Instagram.

No que se refere ao engajamento, os conteúdos receberam curtidas, comentários, compartilhamentos, reposts e salvamentos, evidenciando a participação do público nas publicações. Essas interações demonstram que os usuários não apenas visualizaram os conteúdos, mas também se envolveram com as temáticas abordadas, contribuindo para sua disseminação dentro da plataforma.

De modo geral, os resultados obtidos indicam que o São Borja Veste conseguiu atingir um público superior ao número de seguidores do perfil, promovendo interação e ampliando o alcance das pautas relacionadas à moda e à identidade cultural são-borjense. As métricas observadas sugerem que os conteúdos despertaram interesse dos usuários e favoreceram a aproximação entre o projeto e a comunidade local.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do projeto experimental São Borja Veste permitiu compreender a moda para além de sua dimensão estética, evidenciando seu papel como manifestação cultural, forma de expressão e construção de identidade. A proposta surgiu da percepção de que o modo de vestir também comunica histórias, valores e características de uma comunidade, constituindo-se como um elemento relevante para a produção de conteúdo jornalístico cultural.

Ao longo da execução do projeto, foi possível conhecer diferentes perspectivas sobre a moda em São Borja, dando visibilidade a estilos, experiências e narrativas que refletem a diversidade presente no município. As entrevistas e registros realizados demonstraram que a moda está presente no cotidiano dos cidadãos como uma forma de expressão individual e coletiva, carregando significados que ultrapassam tendências e padrões de consumo.

A utilização do Instagram como plataforma de divulgação mostrou-se eficaz para aproximar o público dos conteúdos produzidos. As métricas de alcance e interação analisadas ao longo do projeto evidenciaram o interesse dos usuários pelas publicações, demonstrado por curtidas, compartilhamentos, comentários e salvamentos. Além dos números, as interações revelaram o reconhecimento do público em relação à proposta, reforçando a importância de abordar temas culturais locais em ambientes digitais.

O projeto também possibilitou uma experiência prática de produção jornalística, envolvendo planejamento, apuração, entrevistas, produção de conteúdo e análise de resultados. Esse processo contribuiu significativamente para a formação acadêmica e profissional, proporcionando novos aprendizados sobre jornalismo cultural, comunicação digital e relacionamento com o público.

O São Borja Veste alcançou os objetivos propostos ao promover reflexões sobre moda e identidade local, além de valorizar aspectos culturais da comunidade são-borjense. Espera-se que o projeto possa incentivar novas iniciativas voltadas à produção de conteúdo cultural, ampliando os espaços de visibilidade para as diferentes formas de expressão presentes no município.

A convergência das publicações analisadas revela que a identidade visual dos moradores de São Borja desmistifica a ideia de uma estética interiorana homogênea ou estritamente tradicionalista. Ao mapear e categorizar perfis que

transitam desde a sofisticação clássica e o pragmatismo casual até as manifestações da moda alternativa, o projeto evidenciou um mosaico subcultural complexo e vibrante. O engajamento obtido na pauta sobre estilo alternativo, inclusive, ratifica que o ambiente digital atua como um catalisador de visibilidade para grupos historicamente marginalizados ou invisibilizados pelos fluxos hegemônicos de comunicação da região, transformando o *feed* em um espaço legítimo de diferenciação e autoafirmação social.

Sob a ótica metodológica, a estratégia editorial de articular carrosséis fotográficos a cards textuais de entrevista materializou as premissas de Rodrigues (2008) e Flores (2016), transmutando a fotografia de moda de um recurso meramente ilustrativo para um espaço denso de produção simbólica. Ao dar voz aos colaboradores através de questionamentos sobre resistência, posicionamento e subjetividade, o *São Borja Veste* humanizou a interface digital. As escolhas cromáticas (o amarelo e o verde), longe de operarem como meros adornos estéticos, funcionaram como âncoras semióticas que amarraram a dimensão visual das roupas à paisagem geográfica e afetiva da Fronteira Oeste, consolidando o design de superfície como parte integrante da narrativa cultural.

Em última análise, a transição para um projeto documental performado no Instagram mostrou-se acertada para compreender as dinâmicas comunicacionais contemporâneas locais. Conforme preconizado por Recuero (2009), a rede social cumpriu seu papel de potencializar conexões e expandir o capital social dos sujeitos cotidianos fotografados, que assumiram o protagonismo antes restrito a modelos e influenciadores de mercado. Portanto, este capítulo demonstra que o *São Borja Veste* logrou êxito em sua proposta editorial: o perfil não funcionou como uma vitrine de consumo mercantilizado, mas sim como um arquivo vivo de memória, cultura visual e pertencimento territorial do povo são-borjense.

Além disso, a utilização de dispositivos móveis desempenha um papel central na promoção da acessibilidade e da inclusão, tanto no desenvolvimento quanto na apreciação de produções visuais. No contexto de pesquisadores e criadores com baixa visão ou visão monocular, esses dispositivos deixam de ser meros aparatos técnicos e passam a operar como tecnologias assistivas essenciais. Recursos nativos como a ampliação de telas em tempo real, ajustes flexíveis de *zoom in* e *out*, interfaces intuitivas com elementos dimensionados, além de *feedbacks* táteis e sonoros, democratizam as etapas de captação e edição. Essa visualização imediata

desmistifica barreiras tradicionais da fotografia, conferindo autonomia na tomada de decisões estéticas, como controle de foco, iluminação e enquadramento. Dessa forma, o smartphone consolida-se como um mediador inclusivo da prática comunicacional contemporânea, viabilizando que a diversidade funcional enriqueça os processos criativos.

REFERÊNCIAS

BANDEIRA, Camila; LOBO, Gabriela; FERREIRA, Sara. Moda no Interior. Portal Expresso, 28 mar. 2018. Disponível em: <https://medium.com/portal-expresso/moda-no-interior-b1e393c423bd>. Acesso em: 8 out. 2025.

BARRETO, Ivana. As Realidades do Jornalismo Cultural no Brasil. **Contemporânea**, Rio de Janeiro, n. 7, 2006.

BECHERI, Juliana de Oliveira; GUSMÃO, Acsa Keren Hosken; LEME, Paulo Henrique Montagnana Vicente; GUIMARÃES, Elisa Reis. Instagram no Mercado da Moda Modesta: uma Análise sobre a Ótica das Estruturas Sociotécnicas. In: **ENCONTRO DA ANPAD**, 46., 2022, On-line. Anais... Maringá: ANPAD, 2022. Disponível em: <https://anpad.com.br/uploads/articles/120/approved/3a9044746ffc9e6f539ecace6d3e2c82.pdf>. Acesso em: 28 set. 2025.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Censo Demográfico 2022: panorama**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: <https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/>. Acesso em: 12 set. 2025.

BRITO, Carina. Focada em cidades pequenas, rede de moda masculina fatura R\$ 20 milhões. Pequenas Empresas & Grandes Negócios, 5 mar. 2021. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/Moda/noticia/2021/03/focada-em-cidades-pequenas-rede-de-moda-masculina-fatura-r-20-milhoes.html>. Acesso em: 4 jul. 2025.

CARMELO, Luís. Jornalismo cultural, uma panóptica do nosso tempo. In: LOURENÇO, J.; LOPES, M. (org.). **Comunicação, Cultura e Jornalismo Cultural**. Lisboa: NIP-C@M; UAL, 2021. p. 111-137. DOI: <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.6>. Disponível em: <https://doi.org/10.26619/978-989-9002-14-2.6>. Acesso em: 11 jan. 2026.

CARVALHO, André Luiz Piva de. Construção identitária: projeção simbólica. In: **ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA**, 4., 2008, Salvador. Anais... Salvador: Faculdade de Comunicação/UFBa, 2008.

CASTILHO, Kathia. **Moda e linguagem**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

DALMONTE, Edson Fernando. Presente: o tempo do jornalismo e seus desdobramentos. **História**, São Paulo, v. 28, n. 1, p. 523-543, 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/his/a/6BV69rFdjHZpwsPHM4nHbjy/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 26 ago. 2025.

ESTEVES, Lais Fernanda. **Jornalismo de moda e identidade: uma análise dos padrões estéticos estabelecidos pela revista Vogue Brasil**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social: Jornalismo) - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, 2017.

FACEBOOK anuncia a compra do Instagram. G1, São Paulo, 9 abr. 2012. Tecnologia e Games. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/04/facebook-anuncia-compra-do-instagram.html>. Acesso em: 20 ago. 2025.

FERRARI, Mariana Varotto. **A influência dos blogs no jornalismo de moda**. 2010. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/2974/1/MFerrari.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2025.

FLORES, Ana Marta M. Jornalismo de Moda: características da prática no cenário brasileiro. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 39., 2016, São Paulo. Anais... São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0679-1.pdf>. Acesso em: 9 out. 2025.

FREITAS JUNIOR, Miguel Archanjo de; PERUCCELLI, Tatiane. Cultura e identidade: compreendendo o processo de construção/desconstrução do conceito de identidade cultural. **Cadernos de Estudos Culturais**, Campo Grande, MS, v. 2, p. 111-133, jul./dez. 2019.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001. Disponível em:

<https://nilsonlage.com.br/wp-content/uploads/2017/10/A-reportagem.pdf>. Acesso em: 20 mai. 2026.

LANZ, Jaqueline Viviane; FORMENTINI, Marcia. **A influência do Instagram no consumo de moda**. Ijuí: Unijuí, 2020. Disponível em: <https://bibliodigital.unijui.edu.br/bitstreams/ca2c8bec-d19a-45e7-89fa-34fdd7f33af7/download>. Acesso em: 2 out. 2025.

MACÊDO, Isis Larissa Nóbrega. **O Instagram como ferramenta de consumo de moda: uma análise do papel das líderes de opinião para o comportamento de compra das adolescentes**. 2016. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/25059/1/DISSERTA%C3%87%C3%83O%20Isis%20Larissa%20N%C3%B3brega%20Macedo.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2025.

MARQUES, Alberto. **O processo de produção e a pauta jornalística: sistematizando características e práticas**. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 15., 2017, São Paulo. Anais [...]. São Paulo: SBPJor/ECA-USP, 2017. Disponível em: https://www.academia.edu/34764133/O_processo_de_produ%C3%A7%C3%A3o_e_a_pauta_jornal%C3%ADstica_sistematizando_caracter%C3%ADsticas_e_pr%C3%A1ticas. Acesso em: 01 jun. 2026.

MARTINS, Marcelo Machado. Moda e linguagem. **deSignis**, [s. l.], n. 32, p. 183-185, 2020. Resenha de: CASTILHO, Kathia. **Moda e linguagem**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/879076015/Moda-e-Linguagem>. Acesso em: 8 out. 2025.

MELLO, Ana Clara Camardella. Brechós no Instagram: hábitos de consumo de segunda mão na rede social. In: **ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA**, 15., 2019, Salvador. Anais... Salvador:

UFBA, 2019. Disponível em: <https://www.enecult.ufba.br/modulos/submissao/Upload-484/111480.pdf>. Acesso em: 8 ago. 2025.

MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de moda: a relação pessoa-objeto**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2004. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/340663841/Jornalismo-Cultural-Daniel-Piza>. Acesso em: 10 jun. 2025.

RECUERO, Raquel. **Introdução à análise de redes sociais online**. Salvador: EDUFBA, 2017.

RODRIGUES, Afonso Celso Carvalho. **Fotografia, Moda e Arte**. Juiz de Fora: UFJF, 2008. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/posmoda/files/2008/07/MODA-FOTOGRAFIA-E-ARTE.pdf>. Acesso em: 25 mai. 2026.

SANDRINI, Renan. **8 Estratégias para abrir loja de roupas em cidade do interior**. *In: Alcateia no Varejo - Renan Sandrini*. YouTube, 13 mar. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9NGEmJbCzS8>. Acesso em: 25 jun. 2026.

SANTOS, Adriana Romero Alfaro dos. **E-Jornalismo de Moda: Uma nova maneira de Noticiar**. 2014. Monografia (Especialização em Estética e Gestão de Moda) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

SILVEIRA, Luciana Martha. **Introdução à teoria da cor**. 2. ed. Curitiba: Intersaberes, 2015.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

Roteiro de entrevista aplicado aos participantes do projeto experimental "São Borja Veste"

Olá! Me chamo Regiane Cordova, sou estudante de Jornalismo e estou desenvolvendo um projeto experimental como Trabalho de Conclusão de Curso, voltado ao jornalismo cultural com foco em moda.

Recentemente, te abordei na rua para registrar o seu look e, agora, gostaria de fazer algumas perguntas relacionadas ao tema.

Perguntas

1. O que você busca comunicar com o seu jeito de vestir?
2. Ao escolher uma roupa, você prioriza o conforto, o estilo ou acredita que é possível unir os dois?
3. O que você pensa sobre se expressar por meio das roupas?
4. Como você definiria o seu estilo? Ele mudou ao longo do tempo?
5. Tem alguma peça de roupa ou acessório que você considera indispensável? Por quê?
6. Quais são suas maiores influências na hora de se vestir? (Podem ser pessoas famosas, familiares, uma época, uma estética etc.)
7. Você acha que a moda pode ser uma forma de resistência ou de posicionamento político?
8. Já se sentiu julgado(a) ou rotulado(a) por causa da sua forma de vestir?
9. Acredita que a moda é inclusiva ou ainda existem barreiras sociais e estéticas a serem rompidas?

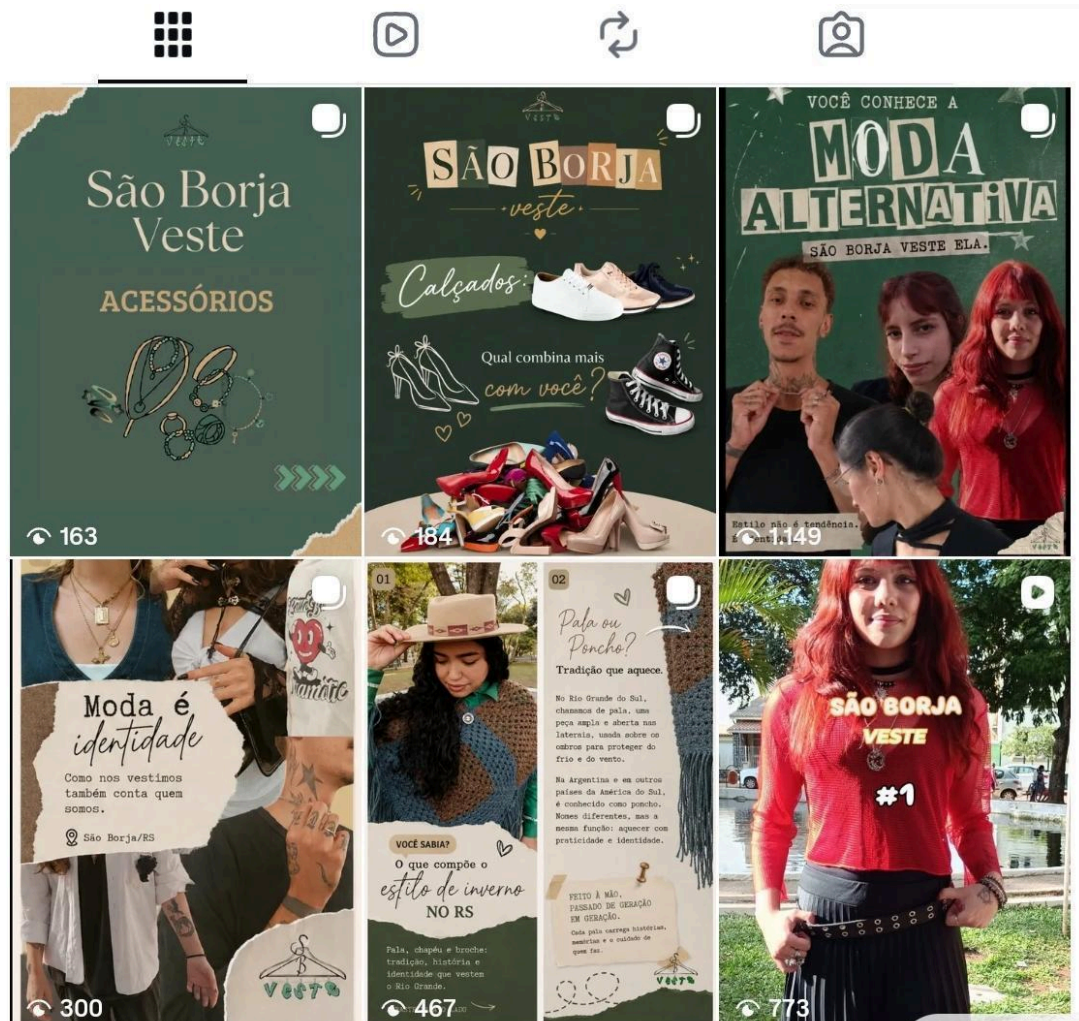
APÊNDICE B – REGISTROS DAS PUBLICAÇÕES DO PERFIL SÃO BORJA VESTE NO INSTAGRAM

Figura³² - Captura de tela do perfil São Borja Veste no Instagram



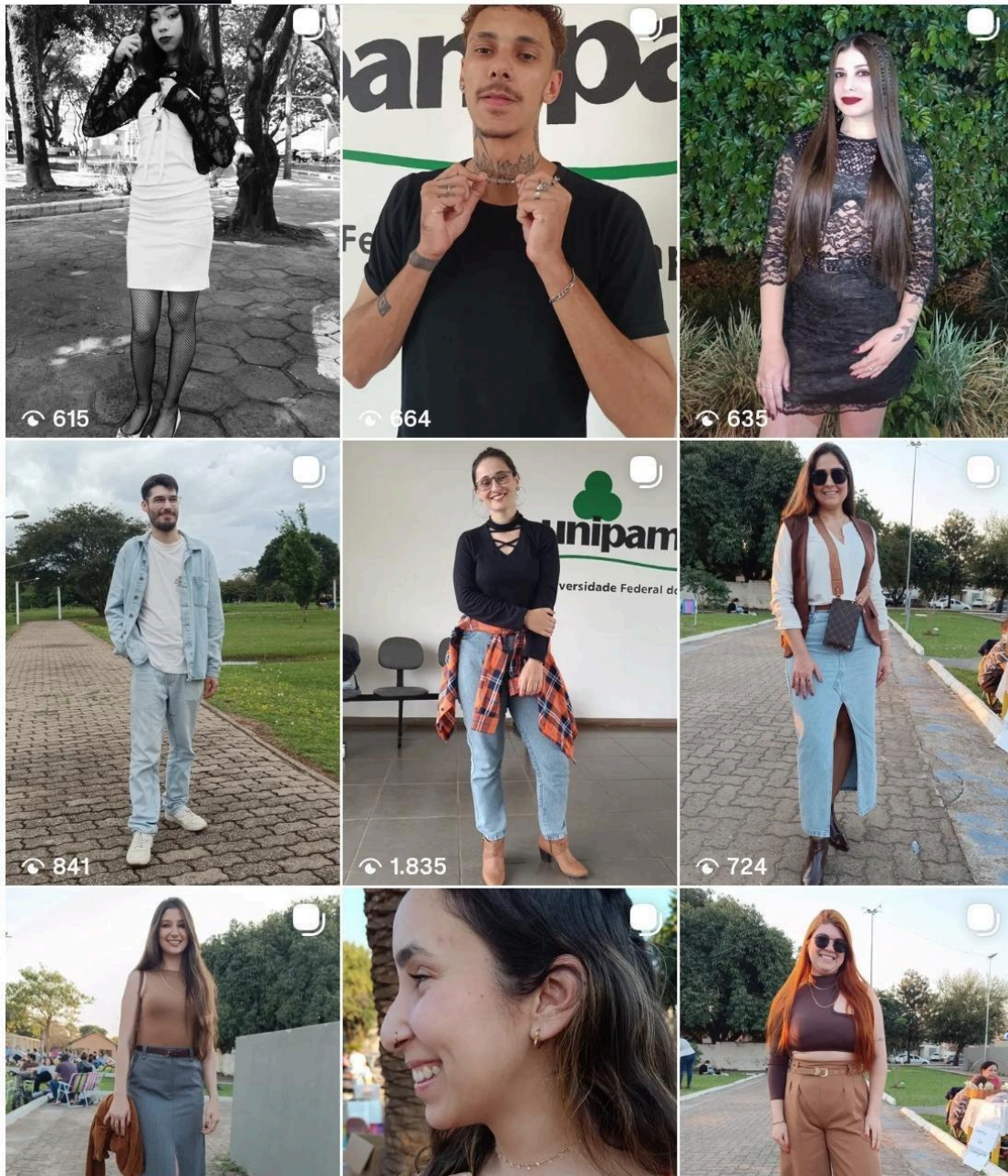
Fonte: @saoborja.veste - Elaborado pela autora (2026).

Figura³³ - captura de tela do perfil São Borja Veste no Instagram



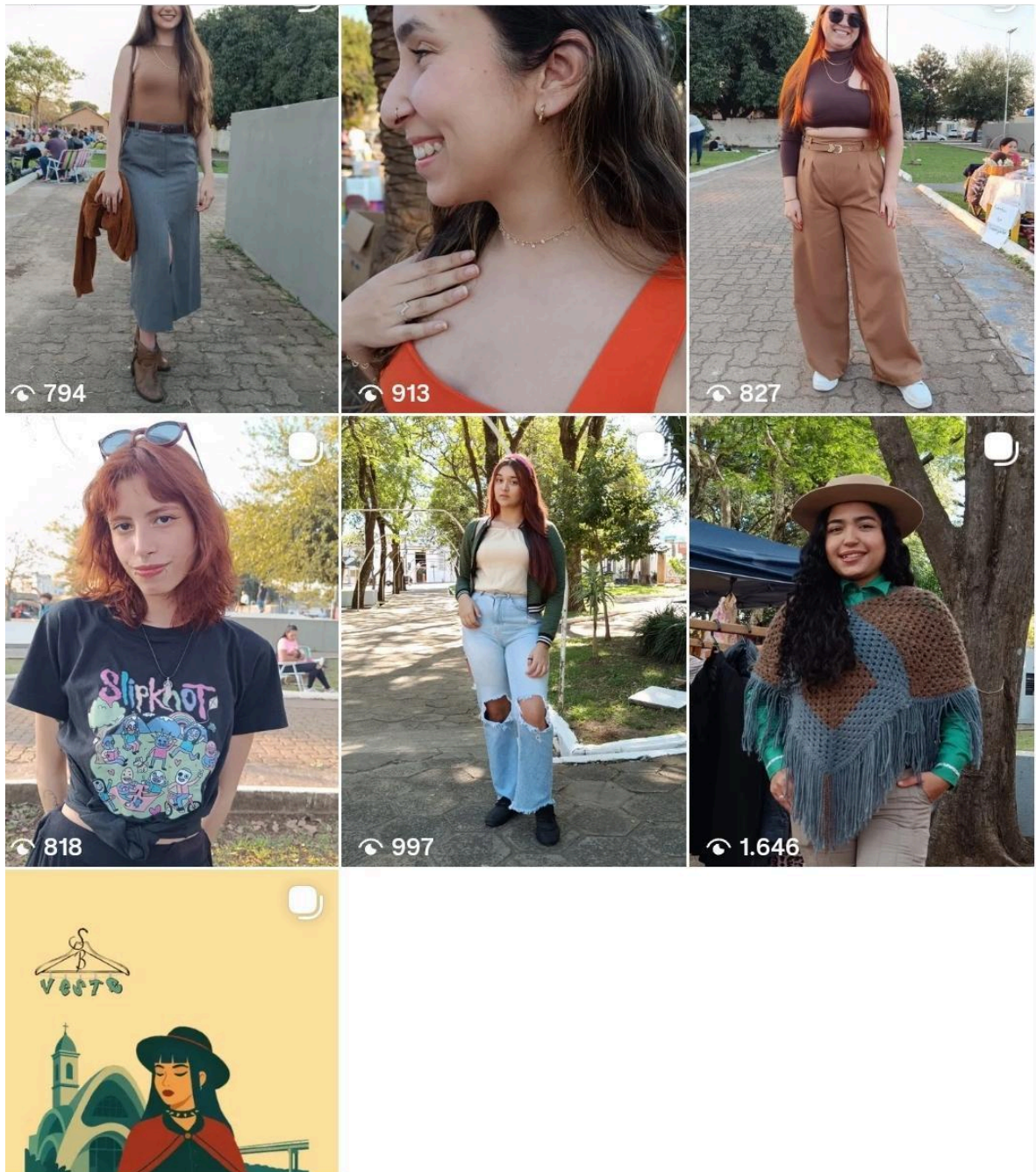
Fonte: @saaborja.veste - Elaborado pela autora (2026).

Figura³⁴ - captura de tela do perfil São Borja Veste no Instagram



Fonte: @saoborja.veste - Elaborado pela autora (2026).

Figura³⁵ - captura de tela do perfil São Borja Veste no Instagram



Fonte: @saaborja.veste - Elaborado pela autora (2026).