



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
CURSO DE JORNALISMO

RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DA REVISTA GASTRONÔMICA
“APETITE”

Beatriz Barros Souza

João Pessoa - PB

2023

Beatriz Barros Souza

**RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DA REVISTA GASTRONÔMICA
“APETITE”**

**Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Programa de Graduação em Jornalismo da
Universidade Federal da Paraíba, como
requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Jornalismo.**

**Orientadora: Prof^ª. Dra. Margarete Almeida
Nepomuceno**

João Pessoa - PB

2023

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

S729r Souza, Beatriz Barros.
Relatório de produção da revista gastronômica
"Apetite" / Beatriz Barros Souza. - João Pessoa, 2023.
64 f. : il.

Orientação: Margarete Almeida Nepomuceno.
TCC (Graduação) - UFPB/CCTA.

1. Jornalismo - TCC. 2. Gastronomia - Revista. 3.
Jornalismo gastronômico. 4. Jornalismo especializado.
I. Nepomuceno, Margarete Almeida. II. Título.

UFPB/CCTA

CDU 070(043.2)



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
CURSO DE JORNALISMO

ATA DE APROVAÇÃO

Este trabalho foi submetido à avaliação da Banca Examinadora composta pelos professores abaixo relacionados, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba.

Aluno(a): Beatriz Barros Souza

Título do trabalho: Relatório de produção da revista gastronômica "Apetite"

Aprovado em 9 de Novembro de 2023, com média 10,00 (Dez)

BANCA EXAMINADORA

Professor(a) orientador(a): Margarete Almeida Nepomuceno

Universidade Federal da Paraíba

Departamento de Jornalismo

Assinatura:

Professor(a) examinador(a): Suelly Maria Maux Dias

Universidade Federal da Paraíba

Departamento de Jornalismo

Assinatura:

Professor(a) examinador(a): Rosalma Diniz Araujo

Universidade Federal da Paraíba

Departamento de Turismo

Assinatura:

AGRADECIMENTOS

A ingressão na universidade é sempre descrita como os primeiros passos para a independência. No entanto, ao olhar para os últimos 5 anos da minha vida, vejo que não poderia ter dependido mais daqueles que estavam à minha volta. Não uso o verbo depender num tom de negatividade ou sujeição, mas penso nesta dependência no sentido de que, sem a ajuda e o apoio de várias pessoas, tudo que foi construído ao longo desses anos talvez não tivesse existido.

A vida acadêmica pode ser desafiadora em diversos sentidos, a todo momento estamos sendo julgados e avaliados com base naquilo que produzimos, e muitas vezes se instaura um ar de competitividade que nos oprime e nos faz duvidar de nossas capacidades. Será que sou boa o suficiente? Será que ser “boa o suficiente” não basta, e eu devo ser **melhor** que o outro? Infelizmente a sociedade capitalista em que vivemos imprime estes questionamentos em nossa mente a todo momento, mas, de vez em quando, nos encontramos rodeados de pessoas tão boas para nós que nos fazem superar essas inseguranças.

Antes de iniciar este relatório, sinto que devo registrar minha profunda gratidão às pessoas que foram essenciais na minha caminhada durante o curso de Jornalismo e que me ajudaram a superar as barreiras, obstáculos e dúvidas, em momentos em que era impossível para mim enxergar uma saída. Foram 5 anos de uma infinidade de experiências, incríveis e profundamente dolorosas. Período que, além de tudo, foi atravessado por uma pandemia que alterou definitivamente meu modo de ver a vida, derrubou convicções e trouxe uma nova perspectiva, nem sempre positiva, sobre o futuro, mas acima de tudo foi vivenciado em coletividade, pois sozinha eu jamais teria sido capaz de aguentar.

Maria do Carmo e Ana Clara, minha mãe e minha irmã, obrigada por me ensinarem tudo que eu sei sobre ser uma mulher e que lugar ocupamos no mundo. Vocês me orgulham e inspiram, tudo que eu sou é porque vocês são. Não consigo imaginar outra vida que não seja vivida com vocês, nós três juntas, nem sempre em perfeita harmonia, mas sempre buscando compreender, ouvir, ajudar e acreditar uma na outra. Obrigada por reconhecer em mim um potencial que muitas vezes nem eu sou capaz de ver, sem vocês nada disso seria possível.

Aos grandes amigos que fiz durante o curso, Joyci, Esdras e Mariani, obrigada por tornarem a academia um ambiente mais leve. Sem vocês tudo teria sido tão difícil. Obrigada pelo apoio nos momentos difíceis e pelas celebrações das conquistas, pelos dias e noites fazendo trabalhos em grupo, pelas risadas e choros compartilhados. Obrigada por não se tornarem apenas “amigos da universidade”, mas sim me acompanharem na vida.

Meu companheiro que nunca duvidou que eu seria capaz e me ajudou grandemente em diversos momentos da produção deste e de tantos outros trabalhos da graduação, agradeço por todo apoio e afeto.

A todos que, direta ou indiretamente, me auxiliaram na realização deste trabalho, aos entrevistados, aos amigos que com certeza realizaram um papel importante na concepção das ideias utilizadas para a revista, seja ativamente dando suas impressões ou apenas me fazendo esquecer por um momento toda a pressão que rodeia a conclusão da graduação, todos aqueles que serviram de inspiração, deixo aqui meu muito obrigada.

Por fim, agradeço às professoras e professores que tanto me ensinaram e inspiram a ser uma profissional melhor, em especial às professoras Suelly Maux, Glória Rabay e Margarete Nepomuceno. Obrigada por todas as lições que serão levadas pelo resto da vida.

“A gente não quer só comida
A gente quer comida, diversão e arte
[...]
Você tem fome de quê?”

RESUMO

Este relatório de Trabalho de Conclusão de Curso resulta da produção da revista gastronômica *Apetite*, que teve como fundamentação teórica pesquisa bibliográfica nas áreas de gastronomia, jornalismo especializado, jornalismo gastronômico e jornalismo de revista. O relatório traz uma análise conceitual dos temas e o relato de produção. Este trabalho resultou em uma revista de 36 páginas, criada com o objetivo de abordar os diferentes ângulos sob os quais a alimentação pode ser analisada, contendo seis matérias - duas reportagens, duas entrevistas e duas colunas. As matérias percorrem os seguintes tópicos: a história do veganismo e o crescimento no número de adeptos a nível local, a importância das feiras agroecológicas como uma alternativa sustentável de produção de alimentos, uma entrevista com Jordy Ribeiro, fotógrafo de alimentos e produtos, entrevista com a dr^a Francieli Araújo sobre nutrição humanizada, a valorização da cachaça como parte do patrimônio cultural do Brasil e a gastronomia paraibana. A revista está disponível no link: <https://online.fliphtml5.com/hxbnj/zqus/>

Palavras-chave: jornalismo; gastronomia; revista; jornalismo gastronômico; jornalismo especializado.

ABSTRACT

This report results from the production of the gastronomic magazine *Apetite*, which had as theoretical foundation bibliographic research in the areas of gastronomy, specialized journalism, gastronomic journalism and magazine journalism. The report provides a conceptual analysis of the themes and the production report. This work resulted in a 36-page magazine, aiming to address the different angles under which food can be analyzed, containing five articles - two reports, two interviews and two columns. The articles cover the following topics: the history of veganism and the growth in number of the followers at a local level, the importance of agroecological fairs as a sustainable alternative to food production, an interview with Jordy Ribeiro, food and product photographer, an interview with Dr. Francieli Araújo on humanized nutrition, the valorization of cachaça as part of Brazil's cultural heritage and the gastronomy of Paraíba. The magazine is available at the link: <https://online.fliphtml5.com/hxbnj/zqus/>

Keywords: journalism; gastronomy; magazine; gastronomic journalism; specialized journalism.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. JORNALISMO E GASTRONOMIA: CONCEITOS	13
2.1 Gastronomia, cultura sociedade	13
2.2 Características da gastronomia paraibana	14
2.3 A função do jornalismo na difusão de conhecimento e preservação histórica	15
2.4 Jornalismo especializado	17
2.5 Jornalismo de revista	17
2.6 Jornalismo gastronômico	18
3. DA PRÉ À PÓS PRODUÇÃO DA REVISTA “APETITE”	20
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	24
REFERÊNCIAS	26
APÊNDICE - MATÉRIAS DA REVISTA	29

1. INTRODUÇÃO

Por ser algo vital para a existência humana, o ato de alimentar-se está intrinsecamente ligado à construção da sociedade. A necessidade de nutrição está presente desde o primeiro momento de nossas vidas e desempenha um papel essencial na formação dos seres humanos. Cascudo (1967, p. 7) caracteriza o estômago como “contemporâneo, funcional ao primeiro momento extrauterino. Acompanha a vida, mantendo-a na sua permanência fisiológica”.

Por toda parte é possível encontrar alimentos que representam a cultura, os costumes e crenças do povo que os consome. Segundo Cascudo (1967, p. 61), a alimentação “transcendeu do próprio imediatismo fisiológico da nutrição. Virtudes e vícios, a vida e a morte, contêm-se nos alimentos e são levados ao organismo em potência espiritual”.

Não há como pensar sobre gastronomia sem refletir as influências que sobre ela incidem. Elas surgem desde a colonização, com a mistura da culinária já existente - no caso do Brasil, os hábitos alimentares dos povos indígenas - e o que foi trazido de fora - a culinária dos portugueses e africanos, majoritariamente. Entre outros fatores estão a geografia, economia e também a densidade demográfica.

Além do ponto de vista cultural, a alimentação também se constitui em um ato político, uma vez que, mesmo sendo um direito garantido no Artigo 6º da Constituição Federal, no Brasil, 58,7% da população ainda vive em situação de insegurança alimentar¹.

Todos esses aspectos que envolvem a alimentação a tornam um possível objeto do jornalismo, se considerarmos que este deve abranger tudo aquilo que tenha relevância à sociedade. Entramos, assim, no campo do jornalismo gastronômico, ou jornalismo especializado em gastronomia. Como aponta Fontes (2010, p. 21): “a comunicação não poderia desvincular-se de temas ligados diretamente a aspectos culturais e do cotidiano de uma sociedade, já que também é responsável pela preservação da identidade cultural de uma civilização”.

Durante muito tempo, as publicações em jornais e revistas relacionadas à alimentação eram direcionadas principalmente às mulheres, devido à concepção patriarcal do papel da mulher como cuidadora do lar e da família. As matérias eram focadas, em sua maioria, em receitas e modos de pôr a mesa, sempre publicadas nas editorias femininas. Após o que Amaral (2021) identifica como a virada gastronômica, entre as décadas de 1970 e 1990, o alimentar-se passa por uma nova categorização - da culinária, que “se destina às preparações

¹ Dado publicado em 14 de outubro de 2022 pela Agência Senado. Endereço: <https://www12.senado.leg.br/noticias/infomaterias/2022/10/retorno-do-brasil-ao-mapa-da-fome-da-onu-preocupa-senadores-e-estudiosos>. Acesso: 14 jun. 2023.

dos pratos” (sob o aspecto privado do lar), à gastronomia, que tem como foco “o comer e as sensações a ele relacionadas” (a partir da popularização dos restaurantes) - e esse movimento traz uma maior abrangência do público, criando uma nova linguagem para tratar do tema. Inicialmente a gastronomia passa apenas a figurar nos cadernos de Cultura e Lazer, e posteriormente são criadas revistas específicas direcionadas ao jornalismo gastronômico, como Gula (grupo editorial Essência do Vinho, São Paulo) e Menu (IstoÉ Publicações LTDA, São Paulo).

Benetti (2013, p. 44) caracteriza a revista como “uma materialidade com características singulares”, atravessada por interesses econômicos e institucionais, “segmentada por público e por interesse”, periódica, colecionável, durável. Sua construção, diferente do jornal tradicional, permite que o jornalista realize um afunilamento da área temática abordada, produzindo conteúdo com mais profundidade e numa linguagem que abre margem para a construção de uma relação mais próxima com o leitor, sendo assim um terreno fértil para o jornalismo especializado.

Para Azubel (2013, p. 259), as revistas “cobrem funções sociais que estão além e aquém do reportar”. Segundo a autora, esse suporte midiático possibilita uma escrita mais lúdica, com uma análise mais profunda dos temas e uma experiência de leitura mais próxima à literária. A produção desse tipo de conteúdo é viável também por causa da periodicidade, que possibilita ao jornalista realizar uma verdadeira imersão nos temas abordados.

Ao decidir que o direcionamento do meu projeto seria o jornalismo gastronômico, o suporte que me pareceu mais interessante para abordar esse assunto foi a revista impressa. Primeiramente pelo leque de possibilidades que este veículo oferece - é possível realizar entrevista, reportagem, crítica, entre outros, e apresentar tudo isso em um produto final de qualidade, tanto em conteúdo quanto em estética - e segundo por ser um meio em que os temas são abordados de maneira mais aprofundada, um espaço que dá ao jornalista a possibilidade de trazer diversos conteúdos dentro do campo temático escolhido.

Enquanto pesquisava sobre jornalismo gastronômico e jornalismo de revista, também me deparei com a queda no número de revistas impressas em circulação no Brasil após a digitalização dos meios de comunicação. Segundo dados² do levantamento realizado pelo Instituto Verificador de Comunicação (IVC), comparando os anos de 2020 e 2021, houve uma queda de 13,6% no número de exemplares da mídia impressa no país.

² Dados divulgados em 08 de fevereiro de 2022 pela Associação Brasileira de Imprensa, disponível em: [Um panorama sobre a crise da mídia impressa no Brasil | ABI](#). Acesso: 25 abr. 2023.

Essa diminuição na produção de mídia impressa no Brasil também é percebida a nível local. Em João Pessoa, poucas são as revistas publicadas com tiragem impressa, e em minhas pesquisas não consegui encontrar nenhuma - digital ou impressa - com foco no jornalismo gastronômico em produção ativa no momento. Esse foi mais um fator que me levou a realizar este trabalho, pois se a gastronomia é parte essencial da sociedade, cultural e politicamente, e o jornalismo tem o papel de trazer ao público aquilo que lhe é relevante, por que há tamanha escassez na produção de jornalismo gastronômico em João Pessoa?

A capital paraibana tem sido cada vez mais reconhecida como um ponto turístico de relevância, influenciando a abertura gastronômica através de restaurantes tanto de comidas regionais, como as contemporâneas, produzidas por chefs renomados, inclusive vindos de outros estados. Este movimento fomenta um interesse maior em conhecer a alimentação da nossa região, não apenas no caráter pitoresco, mas de restaurantes com menus elaborados e para um público de maior acesso financeiro. Além disso, é percebido um aumento na procura por cursos na área, como o bacharelado em Gastronomia que é ofertado pela própria UFPB, criado em 2013. Este é mais um fator que tem promovido uma oferta de profissionais mais especializados, abrangendo maior diversidade na cultura culinária do estado.

Assim surgiu a ideia de criar uma revista impressa de jornalismo gastronômico em João Pessoa, trazendo entrevistas com profissionais de diversas áreas que envolvem a alimentação e matérias de resgate histórico da cultura local.

Este relatório tem o objetivo de abordar os processos de produção da revista, nomeada “Apetite”, dividido em 4 partes: introdução, onde traço a linha de raciocínio que me levou à concepção da revista, depois a fundamentação teórica utilizada como base para a produção, desde os conceitos de jornalismo especializado, jornalismo de revista e jornalismo gastronômico aos conceitos de gastronomia e o papel social da alimentação.

Na terceira parte trago meu relato de pré a pós produção do material, como se deram as entrevistas, o processo de pesquisa para a realização das matérias e o cronograma que foi seguido, e, por último, trago nas considerações finais uma reflexão sobre o trabalho realizado.

A pesquisa envolveu levantamento e revisão bibliográfica sobre jornalismo de revista, especializado e gastronômico, conceito de gastronomia e aspectos socioculturais da alimentação. A produção da revista se deu através de pesquisa de campo e entrevistas com as fontes selecionadas, trazendo a vivência dos assuntos abordados o mais próximo possível ao leitor.

2. JORNALISMO E GASTRONOMIA: CONCEITOS

Este capítulo objetiva expor a revisão bibliográfica realizada acerca dos temas que norteiam a revista “Apetite” - a gastronomia como parte essencial da cultura e da identidade de um povo, o papel do jornalismo na transmissão do conhecimento e preservação da cultura e como os dois ramos se unem através do jornalismo especializado, além de trazer uma pesquisa sobre o suporte escolhido - a revista - e como ela se conecta ao jornalismo gastronômico.

2.1 GASTRONOMIA, CULTURA E SOCIEDADE

A alimentação é uma necessidade básica que nos acompanha em todos os momentos da vida, do nascimento à morte. No entanto, para os seres humanos, o ato de comer não se resume apenas a fornecer a quantidade de nutrientes que precisamos para o corpo funcionar plenamente. Ao longo dos séculos, fomos capazes de criar uma infinidade de rituais e costumes em torno da comida, tornando algo banal em ocasião simbólica, na qual é possível identificar signos culturais, sociais, religiosos e econômicos que expõem “imbricadas relações de poder e inequidades, bem como repercussões ambientais, sociais e sobre a saúde humana” (Azevedo, 2017, p. 284).

Souza (2012, p. 8) destaca que a “fome biológica distingue-se dos apetites, expressões dos variáveis desejos humanos e cuja satisfação não obedece apenas ao curto trajeto que vai do prato à boca, mas se materializa em hábitos, costumes, rituais, etiquetas”. É em busca da realização desses desejos que a alimentação passa de um ato simples para algo carregado de significados e complexos mecanismos de produção, distribuição e consumo. A vasta gama de hábitos criados ao redor da comida reflete características das diferentes sociedades ao redor do mundo, e durante a existência do ser humano esses rituais foram se tornando cada vez mais específicos.

O momento da ingestão do alimento é considerado por muitos pesquisadores a primeira experiência social do indivíduo. A reunião em torno da mesa é um ritual realizado há séculos, e é possível observar ao longo da história como festas e banquetes utilizam a comida como demonstração de poder e riqueza. Como destacado por Castro, Maciel, Maciel (2016, p. 21), pensar a gastronomia é também pensar “a dimensão da comensalidade que envolve sociabilidade e que nos remete a ritualização do comer e todo um repertório de significados”. Seguindo essa perspectiva, é possível compreender a importância da cozinha como uma forte expressão cultural, capaz de transmitir informações que ajudam a remontar toda a história da civilização humana.

Não há como desvincular a gastronomia das dimensões sociais, étnicas e econômicas, sendo assim cabe ao pesquisador analisá-la com base na sua diversidade, observando a amálgama de fatores que fundamentam o tipo de culinária apresentada em cada região do mundo, tais como localização geográfica, formação cultural, clima, tipo de fauna e flora. Para estudar gastronomia, se faz necessário ter um olhar amplo sobre a comida. DaMatta³ (1986, *apud* Maciel, 2005) afirma, ao identificar a diferença entre alimento e comida, que a “comida não é apenas uma substância alimentar, mas é também um modo, um estilo e um jeito de alimentar-se. E o jeito de comer define não só aquilo que é ingerido, como também aquele que o ingere”. Esses diferentes “jeitos de comer” representam um conjunto de legados culturais que são parte fundamental da construção da identidade dos povos.

A gastronomia se tornou uma janela para entendermos a história humana e a sociedade como um todo, revelando as influências que moldaram, ao longo do tempo, cada região do mundo. Ao explorar a culinária paraibana podemos traçar os caminhos que conectam o passado colonial ao intercâmbio cultural entre os povos que nos originaram e à geografia da região, resultando em pratos e tradições culinárias distintas. Assim, a comida se mostra como não apenas uma substância alimentar, mas também uma manifestação rica e multifacetada da humanidade, parte essencial de nossa herança cultural e um símbolo poderoso de nossa identidade. Estudar a gastronomia é também explorar as complexas teias que conectam o indivíduo e a sociedade em que vive.

2.2 CARACTERÍSTICAS DA GASTRONOMIA PARAIBANA

Analisando a Paraíba, cabe considerar os processos históricos de colonização do país e fundação do estado, com a chegada dos europeus, o choque cultural com os povos indígenas que aqui habitavam, e a vinda dos africanos escravizados, e como essa mistura de culturas diferentes resultou na gastronomia local. A localização geográfica também ilumina pontos como a produção dos insumos utilizados nos alimentos. O estado conta com 4 mesorregiões, denominadas de Zona da Mata, Agreste, Borborema e Sertão, com diversidade de clima e vegetação, o que resulta em tipos de comidas distintas e portanto rituais de preparo e costumes à mesa diferentes.

A colonização portuguesa do estado teve início em 1585, quando um acordo foi estabelecido entre os indígenas e o colonizador João Tavares às margens do rio Sanhauá, lugar onde teve origem a capital João Pessoa. Por ser uma cidade litorânea, a culinária local apresenta uma grande diversidade de peixes e frutos do mar, como marisco e camarão, além do consumo de pratos com carne de sol, como o rubacão.

³ DaMATTA, R. O que faz o Brasil, Brasil? Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

No interior do estado, na mesorregião do Agreste Paraibano, surgiram importantes cidades que compõem a região do Brejo. Nessa área, a cultura açucareira floresceu, destacando-se cidades como Guarabira, Areia e Bananeiras, que tem se destacado no quesito da gastronomia, com uma grande quantidade de restaurantes. A cidade de Campina Grande, também localizada nessa região, é famosa por ser o palco do “Maior São João do Mundo”, comemoração regional que dura todo o mês de junho e é conhecida nacionalmente, com atrações de destaque e quadrilhas juninas, além de uma enorme variedade de comidas produzidas à base de milho.

Próximo ao Planalto da Borborema, encontram-se as regiões do Cariri e Seridó, onde estão localizadas cidades como Cabaceiras, Picuí, Santa Luzia e Taperoá. Na região do sertão, que enfrenta um baixo índice de chuvas, atualmente predominam as atividades agrícolas e pecuárias, com grande consumo de pratos feitos com carne de bode, como o guisado e a buchada. A culinária local é um elemento importante na preservação da identidade cultural da Paraíba, refletindo a fusão de produtos e métodos de preparo que surgiram da escassez de recursos na região.

Dessa forma, a Paraíba apresenta uma rica diversidade cultural, que vai desde sua história de resistência indígena e colonização até as tradições festivas e gastronomia que ajudam a manter viva a identidade do estado, moldada pela escassez de recursos e pela criatividade na culinária local.

2.3 A FUNÇÃO DO JORNALISMO NA DIFUSÃO DE CONHECIMENTO E PRESERVAÇÃO HISTÓRICA

O jornalismo tem um papel social de grande relevância, não apenas como um meio de informar notícias da atualidade, mas também como difusor de conhecimento e um importante instrumento de preservação histórico-cultural e manutenção da memória coletiva da sociedade. Betti (2019, p. 4) destaca que “entre os povos livres, a imprensa exerce uma função tão vital para a sociedade quanto a respiração para o nosso organismo”.

O jornalista atua como um intermediário entre eventos, acontecimentos e descobertas importantes e o público em geral. Isso não apenas mantém as pessoas informadas sobre o mundo ao seu redor, mas também ajuda a educá-las sobre uma ampla variedade de tópicos que vão desde política e ciência até cultura e entretenimento, auxiliando na formação de opinião sobre tais assuntos. Como afirma Benetti:

O jornalismo é um modo de conhecimento: ele tanto produz um conhecimento particular sobre os fatos do mundo, quanto reproduz os conhecimentos gerados por outras instituições sociais. Mas o conhecimento não pode ser apenas transmitido ou repassado, ele é recriado. (Benetti, 2008, p. 4)

Cabe ao profissional selecionar o que é mais “relevante”, seguindo critérios que determinam a hierarquia entre os fatos e quais deverão ser transmitidos ao público. Wolf (2006, p. 195) os denomina como valores-notícia, que são “regras práticas que abrangem um corpus de conhecimentos profissionais que, implicitamente, e, muitas vezes, explicitamente, explicam e guiam os procedimentos operativos redactoriais”, enquanto Traquina (2005, p. 63) nos apresenta o conceito de noticiabilidade como “o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possui valor como notícia”. Para Ericson, Baranek e Chan (1987 *apud* Traquina, 2005), os valores-notícia são “elementos que ajudam o jornalista a reconhecer a importância dos acontecimentos, a proceder a escolhas dentre as alternativas, e a considerar as escolhas a fazer”.

Para Oliveira (2022, p. 16), “é delegada ao jornalista a função de reconhecer os acontecimentos importantes e atribuir-lhes sentido, firmando com a sociedade um recorte da realidade moldado historicamente e disposto à memória social”, registrando os acontecimentos do presente. Esses registros são aquilo que, no futuro, será considerado como a “primeira versão” do fato, e são fundamentais na preservação da memória coletiva sobre os eventos, permitindo que futuras gerações compreendam o passado, aprendam com ele e evoluam como sociedade.

No processo de seleção, produção e publicação desses conteúdos, uma série de fatores atua no resultado final que chega ao consumidor. Apesar de tão difundida no meio jornalístico, as ideias de “objetividade” e “imparcialidade” se tornam ilusórias quando consideramos que todas as experiências, pessoais e sociais, causam impacto na forma como o profissional percebe o mundo e constrói suas narrativas dos eventos, como é pontuado por Henriques:

Todos, inclusive os jornalistas, temos nossas crenças, valores, preconceitos, históricos familiares, formação escolar, enfim, nossos afetos e desafetos, de modo que a objetividade como ideal acaba sempre sendo confrontada com o seu contrário, isto é, com a subjetividade. (Henriques, 2018, p. 259)

É necessário entender que a subjetividade não é algo contrário ao jornalismo, muito menos uma característica negativa, que lhe tira credibilidade. Pelo contrário, como aponta Benetti (2008, p. 3) “o texto objetivo é apenas uma intenção do jornalista, restando-lhe elaborar um texto que no máximo direcione a leitura para um determinado sentido, sem que haja qualquer garantia de que essa convergência de sentidos vá de fato ocorrer”.

Para Silva e Nonato (2019, p. 2), o jornalismo “reinventa-se ao ganhar perspectivas humanizadas, que consideram o profissional não como um conjunto de técnicas, mas

como alguém que possui interesses e opiniões, bem como respeitam a fonte, junto à sua história de vida”. Somente abraçando uma produção jornalística que se permite ser atravessada pelas subjetividades de seus autores, trazendo multiplicidade e diversidade de vozes dentro das redações, conseguimos criar um jornalismo que abarque e cumpra seu papel na manutenção e preservação histórico-cultural.

2.4 JORNALISMO ESPECIALIZADO

Pérez (1998, p. 23) define o jornalismo especializado como o resultado da “aplicação minuciosa da metodologia jornalística de pesquisa de vários campos temáticos que compõem a realidade social [...] para responder aos interesses e necessidades dos novos públicos setoriais”, e Berger (2011, p. 1) como “aquele que se diferencia pelo grau de especialização em determinado assunto, estando direcionado a um nicho da sociedade”, ou seja, esse setor jornalístico acompanha os movimentos de especificação dos temas na sociedade, segmentando-se em diferentes assuntos - como esporte, arte, medicina, ciência, gastronomia, entre outros - e desenvolvendo-os com mais profundidade, produzindo um conteúdo direcionado para seu respectivo nicho de público.

Esse tipo de fazer jornalístico está intrinsecamente ligado ao jornalismo de revista, por ser um suporte midiático que já é essencialmente segmentado. Nas palavras de Berger (2011), enquanto que nos jornais há diversos pequenos segmentos que abrangem públicos diferentes em uma só edição, as revistas tendem a ser “inteiramente especializadas, cada uma completamente direcionada a um segmento específico”.

2.5 JORNALISMO DE REVISTA

Segundo Abreu e Baptista (2010), o jornalismo de revista no Brasil tem sua origem no início do século XIX, e esse modelo de publicação percorreu um longo caminho até chegar nos moldes atuais.

O jornalismo de revista é definido como segmentado, periódico, colecionável e tem uma disposição gráfica que permite a criação de uma identidade visual própria, constituída pela utilização de imagens, fontes e objetos gráficos distintos. É um suporte que dá liberdade ao jornalista de comunicar em diferentes estilos de texto, podendo até ter uma semelhança à literatura, e sua periodicidade, com um intervalo bem mais amplo entre cada edição do que nos jornais diários, permite um aprofundamento nos temas percorridos e o estabelecimento de uma relação mais íntima com o leitor.

Benetti (2013, p. 54) descreve o jornalismo de revista como “complexo, diversificado e especializado, [...] engendra olhares e percepções sobre o mundo, sobre si e sobre o outro, e é nessa articulação que reside seu amplo e fecundo poder” e Azubel (2013, p. 259) aponta seu

caráter amplificador e sua capacidade de “confirmar, explicar e aprofundar histórias já veiculadas por mídias mais imediatas”, destacando que, por sua periodicidade, é possível abordar diferentes ângulos sobre um fato ou um tema, e entregar um conteúdo mais completo e com mais informações para o público.

2.6 JORNALISMO GASTRONÔMICO

Então surge o questionamento: quando a gastronomia passou a ser um tópico abordado com tanto interesse pelo jornalismo? Amaral (2015) aponta as décadas de 1970 a 1990 como o período de “virada gastronômica”, quando a culinária é deixada de lado e a gastronomia “toma o seu lugar” nos veículos de comunicação. O caderno Comida (1988-1992), da Folha de São Paulo, e o crítico e cronista Apicius (1975-1997), do Jornal do Brasil, são marcos que delimitam o momento da virada, que tem como principais temas recorrentes “os critérios da crítica, o início da valorização dos chefs de cozinha e a pedagogia do consumo” (Amaral, 2015, p. 7). Dória (2006) explica a diferença entre culinária e gastronomia:

A culinária diz respeito aos procedimentos (dos rituais aos técnicos e tecnológicos) que visam adequar a natureza à alimentação humana. Ela é a matéria básica da gastronomia, que é o conjunto de saberes sobre a construção do prazer ao comer. A primeira é uma disciplina prática, com seus métodos, técnicas e gestual; a segunda está organizada no plano do discurso, como ocupação do espírito. (Dória, 2006, p. 16-17)

Ou seja, a culinária pode ser entendida como a preparação prática dos pratos, as receitas, a produção da comida, já a gastronomia se refere ao lado subjetivo da alimentação, abordando os prazeres, o consumo e as construções sociais que a envolvem.

A gastronomia passa a ser um tópico do jornalismo acompanhando as mudanças sócio culturais e econômicas da época. Quando os restaurantes se tornam mais acessíveis e o poder aquisitivo da população aumenta, mais pessoas se interessam pelo lado subjetivo da alimentação, buscando prazer ao comer, e isso se torna um subcampo do jornalismo cultural.

Amaral (2015) aponta também as mudanças que caracterizam a valorização da gastronomia em detrimento da culinária no jornalismo:

a editoria prioritária deixa de ser o suplemento feminino para virar o caderno de cultura e/ou lazer [...]; os gêneros abandonam a receita para focar na crítica e na reportagem; o enfoque larga a prática para se ater ao discurso; o espaço prioritário se modifica do privado da casa para o público do restaurante; o protagonista tira o avental da cozinheira para vestir a dólma do chef; a abordagem, de modo geral, ganha uma ênfase menos cotidiana e mais cultural. (Amaral, 2015, p. 183)

O jornalismo de revista, o jornalismo especializado e o jornalismo gastronômico estão diretamente relacionados. As revistas costumam ter um formato mais longo e mais elaborado, permitindo que os repórteres aprofundem seus assuntos e forneçam uma análise mais detalhada, e esse modo de produção jornalístico com profundidade é uma das bases do jornalismo especializado. No contexto gastronômico, as revistas podem trazer tendências culinárias, apresentar perfis de chefs, avaliações de restaurantes, guias culinários, cobertura de eventos gastronômicos e entrevistas com profissionais de diferentes setores que se relacionam com a alimentação no geral, como marketing, administração, nutrição, entre outros. A conexão entre estes 3 setores está justamente no caráter de segmentação e especificidade, ao se concentrar em um tópico específico e direcionar a publicação ao seu público-alvo.

3. DA PRÉ À PÓS PRODUÇÃO DA REVISTA “APETITE”

A gastronomia e a alimentação sempre foram assuntos que me despertam grande interesse. Os rituais de preparo e consumo dos alimentos são carregados de significados, principalmente considerando a realidade das mulheres, a quem esta função sempre foi socialmente designada. Ao entrar em contato com estudos sobre feminismo, fui capaz de observar como este foi, durante muito tempo, um trabalho não reconhecido justamente por ser relacionado à mulher, mesmo carregando tamanha importância e significado.

Apetite surgiu a partir dessa afinidade que há muito tempo sigo desenvolvendo com os processos da cozinha, e minha escolha para este trabalho veio após reflexões sobre a produção de jornalismo gastronômico e como ele ainda é escasso, principalmente em João Pessoa. Considerando estes fatores, cheguei à decisão de produzir conteúdo para uma revista como produto final do meu trabalho de conclusão de curso.

A pré-produção teve início durante a disciplina de TCC I, da qual participei durante o primeiro semestre de 2023. Durante o período, realizei parte da pesquisa bibliográfica que deu base para a produção da revista, buscando fontes que abordassem jornalismo especializado, de revista e gastronômico, bem como referências de revistas gastronômicas brasileiras e locais. Durante a pesquisa me dei conta do quão rico é este campo, ao mesmo tempo que não é muito explorado.

Entre julho e agosto de 2023, aprofundei a pesquisa bibliográfica e dei início ao planejamento da revista - quais seriam os temas das matérias que iriam compor o produto, definição de pautas, pesquisa e seleção de fontes. Foram selecionadas 6 matérias, divididas em 3 editorias:

A. Entrevistas:

- a. Jordy Ribeiro - fotógrafo especializado em fotografia de alimentos e produtos; o que o levou ao ramo da gastronomia e como foi a trajetória dele neste mercado; como seu trabalho pode ajudar outros profissionais no ramo; como tem sido a experiência de expandir seu trabalho por todo o território nacional, alcançando novos espaços.
- b. Francieli Araújo - nutricionista; levantar o debate sobre formas alternativas de ver a nutrição, para além do emagrecimento; tratar sobre pressão estética e como criar uma boa relação com a comida; nutrição humanizada.

B. Reportagens:

- a. Veganismo - história do veganismo, como iniciou o movimento e sua filosofia; as diferenças entre veganismo e vegetarianismo; entrevista com os

proprietários de 2 restaurantes localizados em João Pessoa: Morada 396 e Casa de Nara. Também trago o relato de Duda Rodrigues, adepta do veganismo com perfil no instagram onde fala sobre o assunto, como iniciou sua jornada neste estilo de vida e como é a comunidade vegana em João Pessoa. Ao final da reportagem, trago indicações de restaurantes de comidas veganas em João Pessoa.

- b. Feiras agroecológicas - nesta reportagem visito 2 feiras agroecológicas em João Pessoa, entrevistando feirantes, produtores e organizadores sobre o processo de produção e organização das feiras. Abordo a produção de hortifruti sem o uso de agrotóxicos e consumo consciente.

C. Coluna:

- a. Cachaçaria Philipéia - uma coluna sobre a história e a importância sócio-cultural da Cachaçaria Philipéia em João Pessoa. Na coluna trago informações sobre o local que já é um ponto turístico da capital.
- b. Sabores da Paraíba - uma coluna que aborda a gastronomia paraibana, trazendo alguns exemplos de comidas típicas regionais e informações sobre esses pratos.

Em setembro dei início à produção prática das matérias: durante a 1ª semana, realizei a reportagem sobre veganismo, com o título “Veganismo - uma filosofia de alimentação e de vida”. Na reportagem trago entrevistas realizadas com Marcus, idealizador e proprietário do Morada 396, um restaurante de comidas veganas que funciona via delivery, Duda Rodrigues, adepta do veganismo e administradora da página @veganaria no Instagram, onde compartilha receitas veganas e seu dia a dia, e realizei uma visita ao restaurante Casa de Nara, onde tirei fotos que seriam utilizadas na reportagem e entrevistei a proprietária e falamos sobre sua história dentro do movimento vegano em João Pessoa e a criação do restaurante. Para essa reportagem, fiz uma extensa pesquisa bibliográfica sobre a história do veganismo no Brasil e no mundo.

Na 2ª semana de setembro, entrevistei remotamente a dra. Francieli Araújo, formada em Nutrição pela Universidade Federal da Paraíba, mestre em Ciência e Tecnologia de Alimentos também pela UFPB e doutora em Nutrição pela Universidade Federal de Pernambuco. Atualmente ela é pesquisadora de pós-doutorado na UFPB, além de ter experiência na área clínica e de alimentação escolar. Durante a entrevista, abordamos sua trajetória na área, o atual panorama de adesão da população a um estilo de vida saudável e

temas como nutrição humanizada e comportamental, pressões estéticas e como desenvolver uma relação melhor com a nutrição.

Nesta mesma semana escrevi a coluna “Cachaçaria Philipéia, história e cultura a cada dose”, na qual abordei a história e importância cultural da cachaça brasileira e como a Cachaçaria Philipéia, localizada no centro de João Pessoa, é um espaço de valorização e preservação cultural dessa bebida tão importante para nossa história. Realizei uma visita, durante a qual conheci um pouco mais da história do local e tirei as fotos que inseri na revista.

Entre os dias 18 e 21 de setembro produzi a reportagem sobre as feiras agroecológicas. Iniciei realizando pesquisa bibliográfica sobre o tema, do início das feiras agroecológicas e da agricultura familiar e os impactos da utilização de agrotóxicos na saúde da população brasileira, e como, entre 2019 e 2022, o governo do Brasil aprovou uma quantidade recorde de agentes químicos no agronegócio. Para esta matéria visitei as feiras Ecovárzea, que acontece às sextas-feiras na Universidade Federal da Paraíba, e a Feira da Agricultura Familiar, realizada com o apoio da prefeitura municipal de João Pessoa, às quartas-feiras no Parque Parahyba I e às sextas-feiras na Praça Assis Chateaubriand, onde tirei fotos e conversei com feirantes e fregueses sobre a importância daquelas feiras para a comunidade.

Em seguida produzi a entrevista com o fotógrafo de alimentos e produtos Jordy Ribeiro, realizada no dia 22 de setembro. Durante nossa conversa, realizada via Google Meet, abordamos toda a sua carreira, desde o primeiro contato com a fotografia até o momento atual, em que ele está alcançando clientes em diversos estados do país. Ele contou como sua visão empreendedora e comprometimento com o trabalho o levou a buscar sempre novos objetivos, elevando a qualidade do seu trabalho. Também questionei sobre o processo de oferecer mentorias a novos fotógrafos de alimentos e como surgiu essa demanda. Por fim, a entrevista rendeu um olhar aprofundado sobre um trabalho não muito explorado, que é a fotografia de alimentos, e como o desenvolvimento técnico é importante para obter os melhores resultados.

Por fim, em conjunto com minha orientadora, realizamos a última matéria da revista - a coluna intitulada “Paraíba, gostosa por natureza”. A professora me prestou grande auxílio na concepção da matéria que iria encerrar a revista, algo que eu ainda estava em dúvida sobre como fazer - precisava de algo que “amarrasse” a revista, e também que trouxesse a regionalidade para o produto final.

Entre a última semana de setembro e a primeira de outubro realizei a montagem da revista. Para isto utilizei a ferramenta Canva, uma plataforma online de design e comunicação visual, por ser uma ferramenta de fácil acesso e bastante intuitiva. Ao longo do

desenvolvimento da revista também recolhi diversas referências visuais em revistas gastronômicas e de outros campos temáticos, através de buscas na internet.

Como esperava entregar um produto que me agradasse esteticamente, busquei trazer diversas fotos ao longo das matérias, algumas de acervo pessoal dos entrevistados (Duda Rodrigues, Jordy Ribeiro, Francieli Araújo), e algumas tiradas por mim - nas matérias das feiras agroecológicas, veganismo, Cachaçaria Philipéia e nutrição humanizada. Para isso utilizei minha câmera fotográfica e a câmera do celular, e as edições foram realizadas utilizando o programa Adobe Lightroom.

Para a capa e contra-capas, optei por utilizar obras de arte retratando a natureza morta, também consideradas por muitos as primeiras “fotos de comida”. Esse movimento artístico, que recebeu este nome entre os séculos XVI e XVII, se concentra na representação de objetos inanimados, muitas vezes com ênfase em elementos do cotidiano, como alimentos. As pinturas de natureza morta frequentemente incorporam elementos gastronômicos, como frutas, legumes, pratos de comida e utensílios de cozinha, celebrando a riqueza sensorial e a beleza encontrada nos alimentos, transmitindo tanto a simplicidade quanto a abundância, além de explorar a fugacidade da vida e a mortalidade, visto que os alimentos, muitas vezes, são perecíveis.

Essas obras proporcionam uma janela única para a apreciação estética da comida e uma reflexão sobre a importância cultural e simbólica dos alimentos em nossas vidas. Seguindo essa perspectiva, é possível observar como o tema da alimentação é algo recorrente e relevante, aparecendo em diversas criações da literatura e das artes visuais.

CRONOGRAMA - REVISTA				
JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO
definição do tema	definição pautas e estrutura da revista	produção das matérias	montagem da revista	defesa
início da pesquisa bibliográfica para o relatório	pesquisas bibliográficas para as matérias		finalização do relatório	

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A produção deste relatório busca mergulhar nos conteúdos e aportes teóricos fundamentais para a construção da revista *Apetite*. No primeiro momento, foi apresentada uma contextualização do lugar que a alimentação ocupa sob um ponto de vista sócio-cultural e como o jornalismo especializado compreende a importância do tema, dando origem ao jornalismo gastronômico. A partir daí demonstrei como o formato da revista, por ser um meio através do qual é possível abordar diversos ângulos de um campo temático, foi a minha escolha para o trabalho.

Acredito que todas as fases da produção deste trabalho de conclusão de curso foram de extrema importância para meu crescimento pessoal e profissional, desde o comprometimento com a realização de extensas pesquisas, não só sobre o tema geral da gastronomia, como também sobre cada assunto das matérias realizadas, como a história do Veganismo, a importância cultural da cachaça para a identidade brasileira, a história das feiras agroecológicas e o papel da agricultura familiar na busca por uma alimentação livre de agrotóxicos no Brasil, o nicho da fotografia de alimentos e como este mercado tem se desenvolvido a níveis nacional e local, e a nutrição humanizada como uma alternativa para os problemas de obesidade e transtornos alimentares.

A oportunidade de realizar reportagem, entrevista e coluna me permitiu transitar por diferentes gêneros jornalísticos e identificar aqueles nos quais eu tive mais dificuldade, e assim trabalhar para melhorar meu desempenho. Produzir uma revista feita apenas por mim foi uma tarefa que se mostrou, ao mesmo tempo, desafiadora e prazerosa. Enquanto que em revistas grandes o comum é ter vários colaboradores realizando trabalhos diferentes (fotógrafo, designer, jornalistas, editores), todas essas atividades foram realizadas por mim, o que me impediu de produzir todas as matérias que havia pensado inicialmente.

Ainda assim, o resultado final atingiu minhas expectativas em conteúdo e estética, dentro das minhas possibilidades. João Pessoa é uma cidade que tem experienciado um grande crescimento no mercado alimentício nos últimos anos, além de ser um local com uma gastronomia regional potente, que representa as raízes históricas da região, tornando este um terreno fértil para a produção de jornalismo gastronômico.

Esse segmento combina a riqueza da culinária com a possibilidade de contar histórias. Além disso, através dele podemos entender questões sociais, econômicas e políticas. Um prato de comida pode contar histórias sobre migração, globalização, sustentabilidade e desigualdade, e essas possibilidades fazem com que o jornalista tenha a responsabilidade de não apenas falar sobre o que está no prato, mas também sobre o que está por trás dele. À

medida que as comunidades se tornam mais globais, a gastronomia torna-se uma linguagem universal que une pessoas de diferentes origens. Críticos e jornalistas gastronômicos desempenham um papel crucial ao educar o público sobre a diversidade de sabores, ingredientes e técnicas culinárias, além de ter o poder de celebrar e preservar tradições que podem estar em risco de desaparecimento.

Ao pensar sobre a viabilidade da revista impressa na Paraíba, acredito que este é sim um veículo de possível produção, observando o aumento de interesse do público pela gastronomia local com a visibilidade que nosso estado tem ganhado a cada dia, o aumento do turismo e crescimento no número de novos moradores migrando para a capital João Pessoa, que tem figurado em diversos rankings de “melhores cidades para viver”⁴. Empresas e instituições como a Secretaria de Turismo e o Sebrae/PB poderiam ser investidoras parceiras, se beneficiando com a propagação da nossa cultura, bem como cursos de gastronomia particulares e associações de restaurantes e hotéis, locais onde estas poderiam ser distribuídas gratuitamente.

Este trabalho explorou uma visão geral da gastronomia e do jornalismo gastronômico, mas há muitas áreas específicas e tópicos que podem ser aprofundados em pesquisas futuras. O jornalismo gastronômico continua a evoluir à medida que a sociedade muda, e a cada dia surgem oportunidades para explorar como ele se adaptará às mudanças no cenário culinário global. À medida que os leitores se tornam cada vez mais conscientes da importância da comida em suas vidas, o jornalismo gastronômico continuará desempenhando um papel vital na narrativa da nossa cultura e sociedade.

Em última análise, o jornalismo gastronômico é uma celebração da comida e uma forma de contar histórias que envolve todos os nossos sentidos. É uma jornada que nos leva ao redor do mundo, nos conecta com diferentes culturas e nos faz refletir sobre questões mais amplas. À medida que continuamos a explorar o mundo da comida através do jornalismo gastronômico, somos lembrados de que a comida é muito mais do que apenas nutrição; é uma janela para a nossa humanidade compartilhada. Através do jornalismo gastronômico, podemos saborear o mundo, uma história de cada vez.

⁴ Ver em:

<https://www.joaopessoa.pb.gov.br/noticias/pesquisa-aponta-que-joao-pessoa-e-a-melhor-cidade-do-brasil-para-se-viver/> Acesso: 29 out 2023.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Karen Cristina Kraemer; BAPTISTA, Íria Catarina Queiroz. A História das Revistas no Brasil: um olhar sobre o segmentado mercado editorial. **Revista Plural**, UNISINOS / UNISUL-BR, v. s/n., p. 01-23, 2010.
- AMARAL, Renata Maria do. **Gastronomia**: prato do dia do jornalismo cultural. 2006. 118 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2006.
- AMARAL, Renata Maria do. **Virada gastronômica**: como a culinária dá lugar à gastronomia no jornalismo brasileiro. 2015. 196 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2015.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE IMPRENSA. **Um panorama sobre a crise da mídia impressa no Brasil**. [S.I] [2022]. Disponível em: <http://www.abi.org.br/um-panorama-sobre-a-crise-da-midia-impressa-no-brasil/>. Acesso em: 25 abr. 2023.
- AZEVEDO, E. Alimentação, sociedade e cultura: temas contemporâneos. **Sociologias**, [S. l.], v. 19, n. 44, 2017. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/sociologias/article/view/63795>. Acesso em: 20 out. 2023.
- AZUBEL, Larissa Lauffer Reinhardt. **Jornalismo de revista**: um olhar complexo. Rumores, [S. l.], v. 7, n. 13, p. 257-274, 2013. DOI: 10.11606/issn.1982-677X.rum.2013.58942. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/58942>. Acesso em: 16 mar. 2023.
- BENETTI, Marcia . Jornalismo e perspectivas de enunciação: uma abordagem metodológica. **InTexto**, Porto Alegre, n. 14, p. 68–79, 2008. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/4251>. Acesso em: 17 out. 2023.
- BENETTI, Marcia. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, Frederico; SCHWAAB, Reges (org.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013, p. 44-57.
- BERGER, Carolina. **Jornalismo Especializado em Revista**: Estudo de Caso da Revista da Papelaria. 2011. 54 f. TCC (Graduação em Comunicação Social / Jornalismo) - Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.
- BETTI, Juliana Gobbi. **Aportes brasileiros ao pensamento comunicacional latino-americano: aproximações iniciais ao conceito de jornalismo como forma de conhecimento**. Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belém, 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0563-1.pdf>. Acesso em: 17 out. 2023.

CARNEIRO, Henrique S. Comida e Sociedade: uma história da alimentação. **História: Questões & Debates**, Curitiba, n. 42, p. 71-80, 2005. Editora UFPR.

CASCUDO, Luiz Câmara. **História da Alimentação no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1967.

CASTRO, Helisa C.; MACIEL, Maria Eunice; MACIEL, Rodrigo Araújo. Comida, cultura e identidade: conexões a partir do campo da gastronomia. **Ágora**, Santa Cruz do Sul, v. 18, n. 7, p. 18-27, jan/jun 2016.

DÓRIA, Carlos Alberto. **A culinária materialista**: construção racional do alimento e do prazer gastronômico. São Paulo: Senac São Paulo, 2009.

FONTES, Camila Sayuri Kurashima. **Cultura, história e saúde**: análise de enquadramento do jornalismo especializado em gastronomia. Universidade Estadual Paulista, 2010. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/119100>. Acesso em: 16 mar. 2023.

GUEDES, Aline. **Retorno do Brasil ao mapa da fome da ONU preocupa senadores e estudiosos**. Agência Senado, 14 de outubro de 2022. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/infomaterias/2022/10/retorno-do-brasil-ao-mapa-da-fome-da-onu-preocupa-senadores-e-estudiosos#:~:text=Em%202022%2C%20o%20Segundo%20Inqu%C3%A9rito,brasileiros%20em%20situa%C3%A7%C3%A3o%20de%20fome>. Acesso em: 16 mar. 2023.

HENRIQUES, Rafael Paes. O problema da objetividade jornalística: duas perspectivas. **Griot: Revista de Filosofia**, Amargosa/Bahia, v.17, n.1, p.256-268, junho/2018.

MACIEL, Maria Eunice. Identidade cultural e alimentação. *In*: CANESQUI, Ana Maria. **Antropologia e Nutrição**: um diálogo possível. Rio de Janeiro: FioCruz, 2005, p. 49-55.

NONATO, Cláudia.; SILVA, Bruna. S. D. Jornalismo periférico: um mapeamento das iniciativas jornalísticas feitas a partir das periferias paulistanas. *Anagrama*, [S. l.], v. 13, n. 2, 2019. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/161046>. Acesso em: 20 out. 2023.

OLIVEIRA, Michelle Santos de. **Gastronomia paraibana**: o que narram os arquivos do Núcleo de Pesquisa e Documentação Popular (NUPPO) da Universidade Federal da Paraíba. Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2022.

PEREIRA, Maria Rita Inacio Lopes. **Doces memórias do sertão paraibano**: o doce de gergelim e o bolo de caco. 2022. 30 f. TCC (Graduação em Gastronomia) - Centro de Tecnologia e Desenvolvimento Regional, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2022.

PÉREZ, Monterrat Quesada. **Periodismo especializado**. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias, 1998.

SOUZA, Elaine Cristina de Melo P. **Alimentação como cerimônia indispensável do convívio humano**. Orientador: Soledad Galhardo. 2012. 19 f. TCC (Pós-graduação) - Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos, Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação, Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo. 2012. Disponível em: <https://celacc.eca.usp.br/pt-br/celacc-tcc/423/detalhe>. Acesso em: 20 out. 2023.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: a tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Editora Insular LTDA, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2006.

APÊNDICE - MATÉRIAS DA REVISTA

Editorial - A comida está em tudo

Na arte, na saúde, no entretenimento, na história, no marketing - a comida está em todos os lugares. Estudada por biólogos e antropólogos, a alimentação e os rituais que a envolvem são elementos fascinantes na busca pela compreensão dos fatores que compõem a humanidade. Eu, pessoalmente, sempre tive um grande encantamento pelos processos de transformação que levam ingredientes brutos e, à primeira vista, até mesmo desinteressantes, a se tornarem pratos que despertam dentro de cada um de nós uma explosão de sentimentos, satisfação, prazer, alegria, saudade. Mas para além da comida, o que envolve o “comer”? Quais são as movimentações que ocorrem para que aquele alimento chegue ao nosso prato? Esses são questionamentos que me surgem sempre que penso sobre alimentação. Quantas mãos foram necessárias se mobilizarem para que fosse possível encontrar o alimento no supermercado, na feira, no açougue, na padaria? E quais movimentações político-sociais influenciam o acesso a esses insumos? Ao pensar em uma revista gastronômica, não me basta visitar os restaurantes mais caros e avaliar como foi preparado um risoto, se ele estava harmonizando bem com o vinho que me foi indicado, pois a gastronomia é tão mais ampla do que isso. É buscar novas formas de se alimentar, conhecer quem produz, como produz. Buscar a participação da comida na identidade cultural, na arte, na sociedade. Esta é a proposta da revista *Apetite*, que produzi com tanto carinho e dedicação - uma revista que fale de gastronomia, de comida e de tudo em volta dela, de tudo que ela faça parte. Então desejo a todos que se deliciem com a leitura, espero que gostem!

Beatriz Barros.

Veganismo - uma filosofia de alimentação e de vida

Você já ouviu falar sobre veganismo? O assunto tem sido discutido com mais força nos últimos anos, sendo possível observar um número crescente de adeptos ao estilo de vida que tem como base o respeito à vida e dignidade de todos os animais.

A comunidade vegana é composta por pessoas que fundamentam suas práticas, rotina e alimentação no princípio de que todos os animais têm o direito a uma vida em que não sejam utilizados como propriedade, matéria-prima ou para qualquer tipo de exploração em nenhuma etapa de seu desenvolvimento, e assim excluem o consumo de todos os produtos que contenham componentes de origem animal, como carne, leite e derivados, ovos, peças em couro e também produtos que, durante o processo de produção, realizem testes em animais.

Apesar do crescimento desse movimento nos últimos anos, sua história é mais antiga do que imaginamos. No Oriente, tem suas raízes no hinduísmo, jainismo e linhas do budismo, religiões indianas que valorizam a vida pacífica, em equilíbrio com todos os seres, e que portanto buscam uma alimentação que não imponha sofrimento a nenhum animal. Já no Ocidente, desde a Antiguidade Clássica há registros de grandes nomes que seguiam uma dieta vegetariana, como o matemático e filósofo grego Pitágoras, que defendia a não crueldade com os animais e teve diversos seguidores ao longo dos séculos que compartilhavam da mesma visão de mundo - neste período, a alimentação que excluía o consumo de carne passou a ser chamada de “pitagórica”.

Com o surgimento e difusão do Cristianismo, a ideia dominante era a de que o homem estava acima de todas as criaturas, portanto não havia a preocupação em estabelecer uma dieta livre de produtos derivados de animais. Grupos não ortodoxos que não acreditavam na supremacia humana e praticavam uma alimentação sem o consumo de carne eram considerados não-católicos, fanáticos e até hereges, e sofreram grande perseguição da Igreja.

Anos mais tarde, entre os séculos XIV e XVI, quando o nível de pobreza na Europa era muito alto, a fome imperava, as plantações não rendiam e a colheita era fraca, o consumo de carne era um privilégio ao qual apenas as pessoas mais ricas tinham acesso, e foi durante essa época que o “pitagorismo” retomou sua influência. Neste período, surgiram novos grupos e indivíduos ligados a esta filosofia e que não praticavam o consumo de carne, o mais famoso

deles sendo Leonardo da Vinci (1452-1519). Há registros de que ele não só não consumia carne, como também repudiava qualquer tipo de crueldade contra animais, até mesmo comprando pássaros para os libertar. Na obra *Quaderni d'Anatomia - I-VI* ele critica o consumo desenfreado de carne: “E devo dizer mais, se me for permitido dizer toda a verdade, você não acha que a natureza já produz alimentos o suficiente para que se satisfaça? E se não está contente, saiba que ela oferece tanta diversidade que lhe permite criar uma infinita combinação de ingredientes”.

A palavra “vegetariano” surgiu pela primeira vez em 1842, na edição de abril da revista *The Healthian*. Após a criação de uma nomenclatura própria, em 1847 foi criada a primeira Sociedade Vegetariana, na Inglaterra, e isso permitiu a expansão desta prática pela Europa. Em meados de 1880, já era possível encontrar alguns restaurantes vegetarianos em Londres, onde havia opções de pratos nutritivos a preços acessíveis.

Já o termo *vegan* [vegano] surgiu em 1944, criado por Donald Watson, fundador da primeira Sociedade Vegana (*The Vegan Society*), que tinha como filosofia buscar “excluir, na medida do possível, todas as formas de exploração e crueldade contra animais na alimentação, vestuário e qualquer outra finalidade”. O movimento de libertação animal foi tomando forma e sofreu grande influência pela contracultura das décadas de 1960 e 1970, quando o ambientalismo estava começando a ser debatido com mais intensidade nas sociedades americana e europeia.

O debate público e a atenção que o tema estava recebendo, a criação de diversos grupos de defesa dos animais e do meio-ambiente e o aumento da conscientização acerca das mudanças climáticas contribuíram para a proclamação da Declaração Universal dos Direitos dos Animais, pela UNESCO, em 27 de janeiro de 1978. Os 14 artigos do documento reforçam o direito a uma vida digna, sem crueldade, a preservação das espécies e o respeito aos animais.

No Brasil, os primeiros vislumbres de uma mudança no pensamento social acerca da alimentação aconteceram nessa mesma época, e foram surgindo os primeiros grupos vegetarianos em meados de 1970. Apesar de esparsos, a ideologia foi se firmando e a partir dos anos 2000 foi observada uma crescente nos números de vegetarianos e veganos por todo o país, com a criação, em 2003, da Sociedade Vegetariana Brasileira, que busca promover a alimentação vegana em todos os aspectos, incluindo o ético, ecológico e de saúde.

Mas qual é a real diferença entre vegetarianismo e veganismo?

Na verdade, entre os dois termos há um espectro de possibilidades alimentícias, que dependem da preferência e das necessidades individuais de cada praticante. O crescimento do mercado vegano acontece ao mesmo passo em que há o aumento de uma população mais consciente com a causa animal e ambiental. Segundo o Google Trends, as buscas pelo termo “vegano” no Brasil aumentaram 300% entre 2016 e 2021, fazendo com que a indústria se movimentasse em torno disso, não apenas no âmbito alimentício como também nas áreas de beleza, saúde e moda.

Entre as diferentes formas de alimentação, há os seguintes tipos:

- Vegana: omite todos os produtos de origem animal, incluindo carne, laticínios, peixes, ovos, mel, peças em couro e todos os tipos de produtos que realizam testes em animais.
- Vegetariana: elimina o consumo de qualquer produto de origem animal da alimentação, no entanto permite a aquisição de outros artigos, como peças em couro e produtos que realizam testes em animais.
- Lacto-vegetariana: exclui carnes, peixes, aves e ovos da dieta; inclui produtos lácteos, como leite, queijo, iogurte e manteiga.
- Ovo-lacto-vegetariana: inclui ovos e laticínios na dieta, mas não se come carne ou peixe.
- Ovo-vegetariana: exclui o consumo de carnes magras e brancas, frutos do mar e laticínios na dieta; permite a alimentação com ovos.
- Peixe-vegetariana: inclui peixe, laticínios e ovos no consumo liberado, mas não carne.
- Semi-vegetariana: é definido como vegetariano, mas permite o consumo ocasional em pequenas quantidades de carnes magras e brancas, laticínios, ovos e peixes.

Com a difusão do tema nas redes sociais, também têm surgido movimentos ao redor do mundo como o “*No-Meat Mondays*”, traduzido para o português como “Segunda-feira sem Carne”, onde grupos veganos e vegetarianos convidam onívoros (pessoas que não têm restrições na rotina alimentar) a retirar a carne do seu cardápio no primeiro dia da semana, como forma de reduzir e conscientizar sobre o consumo.

Em João Pessoa, o número de adeptos aos tipos de vegetarianismo e veganismo tem crescido, e com isso observamos o aparecimento de restaurantes, lojas e produtores independentes que comercializam produtos sem ingredientes de origem animal. Também é possível encontrar, através das redes sociais, páginas de receitas, dicas e indicações de lugares que atendem não só a esse público, como também convidam a sociedade em geral a experimentar novas formas de alimentação.

Duda Rodrigues, 28 anos, trabalha como agente de viagens e faz parte da comunidade vegana pessoense. Ela conta que iniciou sua jornada em busca de uma alimentação que estivesse em sintonia com aquilo em que acreditava, e que o processo não foi instantâneo. “Eu sempre gostei de estar ligada à natureza, sempre me senti muito apegada aos animais, e chegou um momento da minha vida que parecia que eu não vivia isso. E aí um conhecido me falou sobre como o veganismo adentrou na vida dele, então eu comecei a refletir muito. Foi em dois mil e dezesseis. Eu passei um ano, mais ou menos, sem comer carne bovina, de porco e frango, mas continuei comendo peixes e frutos do mar no geral. E aí em dois mil e dezessete eu assisti ao documentário *COWSPIRACY*, que fala sobre os impactos da indústria no meio ambiente, como o consumo de alimentos de origem animal, inclusive leite e ovos, impacta o mundo, e me tocou profundamente. Foi aí que decidi me tornar vegana, foi assim.”

Sobre os impactos da alimentação na saúde, ela observa apenas pontos positivos. “Eu senti realmente que meu corpo estava bem diferente. Mas não me senti fraca, de forma alguma. E eu mantenho meus exames, como qualquer pessoa deveria manter, mas acho que nós veganos acabamos mantendo uma frequência maior, porque o pessoal enche tanto o nosso saco, né? (risos) De que [esse tipo de alimentação] não é saudável, e a gente acaba tendo essa preocupação a mais, até para poder refutar mesmo”.

A nova alimentação também acarretou em mudanças positivas no orçamento de Duda. “Se você for comer de feira, se você for cozinhar, vai economizar bem mais do que quem come carne, laticínios e ovos. É muito mais barato comer grãos, verduras e frutas. Inclusive foi por isso que fiz o meu instagram, eu queria mostrar que era fácil e barato cozinhar comidas veganas”.

Com o instagram @veganariia, ela compartilha receitas, reflexões e um pouco da sua rotina. A página, que teve início com o objetivo de mostrar para mais pessoas que é possível levar

uma alimentação vegana sem precisar gastar muito, também serviu durante a pandemia como um apoio financeiro, a partir da venda de produtos que Duda não encontrava com facilidade em João Pessoa. “Comecei a vender sorvete e o pessoal gostou muito, depois os panetones que eu também não achava a preços acessíveis. Essa era uma das minhas linhas, vender comida vegana de forma que fosse acessível, porque os produtos veganos disponíveis antigamente eram todos muito mais caros, e muitas vezes tem gente que ‘namora’ o movimento, mas ainda não é vegano, e eu acho que às vezes o preço pode afastar essas pessoas”.

UM MUNDO DE SABORES VEGANOS A DESCOBRIR

A crescente no número de adeptos ao veganismo em João Pessoa também está criando um novo mercado, e é possível encontrar na cidade restaurantes focados na gastronomia sem uso de ingredientes de origem animal, como a Casa de Nara. Referência no assunto, o restaurante, que abriu em 2019, já tem uma clientela fiel, e Nara relata como foi o processo para chegar até aqui. “Eu parei de comer carne 2012, nesse meio tempo eu trouxe a Sociedade Vegetariana Brasileira aqui para João Pessoa e fundei o núcleo daqui. A partir daí fui conhecendo o pessoal, participei do Veg Fest em Recife por meados de 2015, depois disso a gente organizou o Veg Jampa aqui. Esse evento foi muito interessante porque a gente teve conhecimento de quem era vegano, quem trabalhava com comida vegana de fato, a gente viu que existia muitos empreendimentos pequenos, de pessoas que faziam sob encomenda geralmente, e isso me motivou a fazer mais mais eventos, e todos foram muito bons, sempre tinham uma audiência muito boa.”

Após anos trabalhando em ONGs e organizando eventos na capital, Nara sentiu a necessidade de criar uma coisa própria, que ela mesma organizasse. Entre 2015 e 2019 participou de feiras veganas com a venda de pizzas sob o nome de Samambaia. Na mesma época, abriu um brechó na sua casa, onde também servia comidas veganas, e a partir daí surgiu a ideia de abrir a Casa de Nara. “O primeiro ponto da gente foi uma salinha num empresarial em Manaíra, abrimos em abril de 2019. Em um ano o lugar ficou muito pequeno, não estava dando conta da demanda. Isso me surpreendeu bastante porque eu tinha uma visão muito diferente de como ia ser meu dia-a-dia, de como iam ser as coisas, e foi quando a gente viu esse ponto daqui que estava para alugar, estava abandonado, e a gente conseguiu um preço legal e fizemos um grande investimento aqui de reformar tudo e abrimos em fevereiro de 2020, quando nos mudamos pra cá. Foi incrível por aproximadamente um mês e meio, porque

depois disso a gente fechou por conta da pandemia. Recém inaugurados, a casa lotada toda noite, mas tivemos que fechar”.

Com a pandemia, muitos estabelecimentos foram levados a fechar as portas. Foi um período difícil para a economia brasileira, e a Casa de Nara buscou meios de se adaptar, como por exemplo abrindo o delivery nos horários de almoço. “Até novembro foi só no delivery, e foi um período bom pra testar algumas coisas. A gente trabalhou só com almoços, fechou à noite, e fazíamos um prato diferente todo dia. E o pessoal gostou bastante. Foi legal pra testar, ver outros pratos veganos, fazer experiências. Então, apesar de assustador, esse período foi até um momento criativo, como cozinha”.

Sobre o processo de produção dos pratos, no restaurante é tudo feito do zero. Leites, queijos e manteigas utilizados no preparo dos alimentos são todos produzidos pela equipe do restaurante. “É muito mais barato fazer as coisas do 0, mas consequentemente a mão-de-obra é maior. A cozinha vegana não é tão diferente da cozinha tradicional, a única coisa que você tem que se habituar é que tudo vai ser vegetal. Então não vai usar leite de vaca, no caso você usa leite de castanha, ou outro leite vegetal. E, além disso, tudo aqui vai ser feito do 0. Isso tem a vantagem de você ter o controle total da sua receita, porém são processos mais trabalhosos. Por exemplo, nosso brigadeiro é feito com leite condensado de amêndoas. O que é que eu tenho que fazer? Pegar amêndoa, deixar de molho, retirar a casca da amêndoa, depois bater essa amêndoa para fazer o leite, depois levar pra panela, pra ela reduzir, virar um leite condensado e depois disso misturar com o chocolate e fazer o brigadeiro normal como todo mundo faz, para aí poder enrolar. A grande dificuldade do veganismo que eu vejo compreendendo é que as pessoas precisam entender que existem esses processos à parte”.

Com essa proposta, a Casa de Nara conquistou a confiança da clientela. Quem já conhecia permanece fiel e satisfeito, e os novos fregueses se surpreendem com o sabor e a qualidade do que é servido no local. “A gente tem essa responsabilidade aqui, e é frequente a quantidade de cliente que disse que comeu comida vegana em algum lugar e achou horrível e aqui mudou de opinião completamente. Eu fico muito feliz com isso e ao mesmo tempo fico triste, porque eu sei que muitas vezes a comida vegana é feita muito mais com desleixo do que realmente com aquele carinho que era pra ter. Porque se todo mundo cozinhasse vegano pensando que vai comer aquilo, cozinaria de outra forma”.

O carinho com a cozinha é outra característica presente na gastronomia vegana, que além da subsistência também é baseada em uma filosofia de vida. Esse cuidado transparece não só nos pratos, como também na relação com os clientes, e é um ponto essencial para o crescimento do restaurante. “Hoje as pessoas acreditam nas coisas que a Casa de Nara faz, esperam as coisas da Casa de Nara. A gente fala que vai lançar tal coisa, vai fazer tal coisa, eles já confiam sabendo que vai ser bom, que vai ser de qualidade, a expectativa deles já é alta, então isso só ajuda a fazer com que outras pessoas venham com mais facilidade. Muitas vezes, numa mesa de quatro pessoas uma é vegana e três não são. O que me deixa mais feliz é a mesa que vem aqui sem ser nada vegana, porque veio uma vez com um amigo que é vegano, um amigo que é vegetariano, um amigo que é intolerante, gostou e voltou. Vem pra cá porque gosta da comida, gosta da casa, gosta do ambiente, gosta de tudo”.

Outro produtor que trabalha com alimentação vegana é o Marcus, dono do Morada 396. Ele conta que a história do restaurante começou com o estúdio de tatuagem da Dini, sua esposa. Inicialmente eram servidos lanches para os clientes que iam se tatuar, mas com o passar do tempo a comida feita pelo cozinheiro se popularizou, e os clientes passaram até a encomendar com antecedência o que iriam comer durante as sessões.

Antes do Morada 396, Marcus foi proprietário de um bar na praia de Barra de Camaratuba, onde ainda servia pratos de origem animal, mas o contato com a natureza abriu seus olhos para um outro estilo de vida que buscasse respeitar e viver em harmonia com o ecossistema local. “Era uma gastronomia de exploração. Eu explorava o que o local me proporcionava, e passei mais ou menos 2 anos nessa proposta. Por ser um lugar mais afastado, eu não tinha acesso às coisas que a gente tem nos atacadões, que tem acesso na capital, e tinha que me virar com o que tinha na localidade. Então foi quando eu comecei a focar mais nas produções locais, na sazonalidade, para de certa forma ajudar a preservar. Com isso me virou a chave. Eu estava ali surfando, velejando e ao mesmo tempo destruindo a natureza, e me sentia um pouco culpado.”

Foi a partir daí que ele percebeu que não conseguiria seguir com os mesmos hábitos. Marcus decidiu que passaria a trabalhar com a gastronomia vegana, buscando sempre manter a melhor qualidade, tanto no sabor quanto nos valores nutricionais em cada refeição. A alimentação vegana muitas vezes é questionada pela falta da proteína animal, mas o que muitas pessoas não sabem é que dá para fazer a substituição pela proteína vegetal sem perdas. Marcus conta

que, por ter uma grande quantidade de clientes que são atletas, há uma minuciosa pesquisa para oferecer alimentos que consigam suprir todas as necessidades de nutrientes e que é possível, sim, entregar uma comida vegana, gostosa e de qualidade.

“Quando você muda para uma alimentação de origem vegetal, a mudança de inflamação dos seus músculos é uma coisa espantosa. Então conforme a gente foi vendo isso eu fui me interessando cada vez mais em me especializar nessa área nutricional para poder ofertar isso. E hoje, com as pizzas, sushis e as refeições prontas eu consigo entregar isso para os clientes e me satisfaz muito saber que aquela pessoa está comendo aquela refeição e ali é o melhor que ela podia estar comendo naquele momento”.

Diversas pesquisas mostram os efeitos positivos da alimentação vegana para a saúde. Quando se exclui o consumo de carne, é necessário planejar a alimentação para suprir as necessidades de proteínas e nutrientes dos quais o corpo precisa, e com isso as pessoas que seguem essa dieta tendem a prestar mais atenção ao que é consumido. Há estudos que comprovam a eficácia contra doenças cardíacas, melhora da função renal, diminuição de risco de desenvolvimento de alguns tipos de câncer, entre tantos outros benefícios.

Todos esses pontos positivos contribuem para a difusão dessa filosofia, que tem alcançado cada vez mais adeptos ao redor do mundo. E aqui em João Pessoa também é possível encontrar restaurantes voltados a essa gastronomia e opções veganas e vegetarianas nos cardápios de vários estabelecimentos.

Indicações de locais para quem já é vegano (e para quem não é, mas deseja ampliar o paladar):

> Casa de Nara

Restaurante - aberto de terça a sexta, das 11h30 às 15h e das 18h às 22h; sábados e domingos das 8h às 22h

Mercado - aberto de terça a domingo, das 11h30 às 22h

Av. João Maurício 581, Manaíra - João Pessoa

Telefone: (83) 3508-2256

> Morada 396

Atendimento delivery

Aberto de quinta a domingo

Telefone: (83) 99127-8955

> Papoula Culinária Saudável

Aberto de terça a sábado, das 11h30 às 14h30

R. João de Pessoa, 39 - Miramar

Telefone: (83) 98853-6800

> Karranka

Aberto de segunda a sábado, das 11h às 15h

Av. Cmte. Matos Cardoso 20, Castelo Branco - João Pessoa

Telefone: (83) 9 9838-9212 / (83) 9 8821-4591

> Ogrão

Aberto de segunda a sábado, das 11h às 22h

Rua Aviador Roberto Marques 353, Aeroclube - João Pessoa

Telefone: (83) 3578-8002

> Pizzaria Capitão Farinha (opções veganas no cardápio)

Aberto de terça a domingo, das 17h30 às 23h

Av. Floriano Peixoto, 199, Jaguaribe - João Pessoa

Telefone: (83) 3241-3705

Feiras agroecológicas - alternativas para uma alimentação sustentável

Cresce na Paraíba a procura por feiras agroecológicas, movimentando a economia da agricultura familiar e trazendo uma alimentação livre de agrotóxicos para a mesa.

A agropecuária se consolidou como um dos principais pilares da economia brasileira, o que, consequentemente, posiciona o país também como um dos maiores consumidores de agrotóxicos do mundo. Apenas entre 2019 e 2022, o governo aprovou a utilização de 2.182 agrotóxicos, a maior quantidade de registros em uma gestão presidencial desde 2003, segundo a Coordenação-Geral de Agrotóxicos e Afins (CGAA). Os possíveis impactos sobre o meio ambiente e a saúde que o abuso dessas substâncias pode causar são motivo de preocupação, e a busca por alternativas sustentáveis de produção e consumo de alimentos se torna cada vez mais urgente.

A origem dos alimentos é um fator importante na hora da compra, e os brasileiros estão cada vez mais atentos à qualidade dos produtos e à influência que eles têm sobre a nossa saúde. É nesse contexto que as discussões sobre possíveis formas de produzir e consumir de maneira sustentável e livre de produtos químicos potencialmente tóxicos ganham destaque, e a agricultura orgânica surge como uma alternativa para reduzir os impactos e promover a produção de alimentos mais saudáveis, melhorando a qualidade de vida da população.

Esse tipo de produção se caracteriza pelo seu comprometimento com práticas ecologicamente corretas, visando as melhores condições para o meio ambiente e a entrega de um produto mais saudável para o consumidor. Na agricultura orgânica, o plantio é realizado utilizando técnicas naturais para substituir o uso dos agrotóxicos, beneficiando-se das características específicas do local, como topografia, clima, sazonalidade e tipo de solo. Outro aspecto desse tipo de produção é a predominância de participação da agricultura familiar, que, por ocupar regiões menores e com mais rotatividade de culturas, tem melhores condições para aplicar tais técnicas. Com isso, a agroecologia traz um novo impulso econômico para famílias de pequenos produtores rurais, que encontram nas feiras agroecológicas sua principal fonte de renda.

Nos últimos anos, a agricultura familiar tem recebido reconhecimento por sua importância e potencial na promoção do desenvolvimento sustentável através da agroecologia. A

Organização das Nações Unidas (ONU) declarou a Década da Agricultura Familiar (2019-2028), destacando o papel fundamental desse setor na segurança alimentar global, redução de desigualdades sociais e da pobreza, na preservação da biodiversidade e no enfrentamento aos desafios relacionados à migração, e é nas feiras agroecológicas que os agricultores locais têm a oportunidade de apresentar seus produtos frescos e livres de agrotóxicos diretamente aos consumidores. Esses produtos incluem frutas, verduras, legumes, grãos, carnes e laticínios, produzidos de maneira orgânica e com métodos que respeitam a biodiversidade e os ciclos naturais.

Além de fornecer alimentos saudáveis e de alta qualidade, as feiras agroecológicas também promovem a conexão entre agricultores e consumidores. Os compradores podem conhecer os produtores, aprender sobre as práticas agrícolas utilizadas e, assim, desenvolver um vínculo mais forte com a origem de seus alimentos. Elas desempenham um papel fundamental na promoção da agricultura sustentável, na conservação do meio ambiente e na melhoria da saúde das comunidades locais. Além disso, ao apoiar os agricultores locais, as feiras agroecológicas contribuem para o fortalecimento da economia regional e para a construção de sistemas alimentares mais justos e equitativos.

Entre tantos pontos positivos, há ainda mais um que se destaca - o impacto no bolso do consumidor. Apesar de existir o mito de que os produtos das feiras agroecológicas são mais caros do que na feira livre e nos supermercados, há dados que apontam o contrário: segundo pesquisa realizada pelo Centro de Agroecologia do Campus da FURG, em São Lourenço do Sul, entre 2021 e 2022, os preços dos produtos adquiridos nas feiras - considerando a média entre feirantes agroecológicos e convencionais - chegam a ser 32,7% mais baixos do que quando comprados em supermercados.

Na Paraíba, temos mais de 50 feiras agroecológicas que comercializam verduras e legumes com a prática de agricultura orgânica, socioambiental e saudável. Em João Pessoa, desde 2005 surgiram os primeiros projetos oficiais realizados pela prefeitura para atender às demandas dos agricultores familiares locais, como a implantação do programa Cinturão Verde, primeira linha de crédito especial voltada a pequenos produtores, com o objetivo de apoiar atividades ecologicamente sustentáveis.

Desde 2021, com a criação do projeto “Eu Posso Semear”, a prefeitura tem oferecido mais apoio para agricultores familiares locais, desde o preparo do terreno até a venda dos produtos. A produção é vendida nas Feiras da Agricultura Familiar, realizadas nas quartas-feiras no Parque Parahyba I, no bairro do Bessa, das 14h às 19h, e sextas-feiras na Praça Chateaubriand Arnaud, conhecida como Praça da Rotam, no bairro de Manaíra, das 06h às 10h.

Segundo Adriano Flávio Vasconcelos, diretor da agricultura familiar e pesca do município, o projeto tem o papel de coordenar as feiras orgânicas e dar apoio aos agricultores locais. “A gente dá o acompanhamento de toda a cadeia produtiva, desde o início ao fim da produção. Então, quando eu falo do início é lá na identificação do terreno, dos produtores, limpeza do terreno e preparo desse solo. Depois que o terreno está preparado para receber o plantio, a gente entra com as sementes e as mudas, que a gente doa para os produtores. A única exigência é que eles não apliquem nenhum tipo de veneno, nenhum tipo de produto químico, e que seja morador de João Pessoa”.

Além disso, a prefeitura também disponibiliza cursos de capacitação para os produtores. “Recentemente, fizemos uma capacitação para usar a maquineta de cartão, que eles não tinham. Ensinaamos a usar a máquina, o pix, abrir conta em banco, então a maioria deles já aceita cartão e pix. A gente faz todas essas capacitações, se eles precisarem, para aprender como aumentar a renda, como aumentar o cultivo, entre outras”.

Para Eliane Fernandes, uma das produtoras participantes do projeto, é essencial o incentivo às feiras agroecológicas, pois ali é possível que os próprios produtores vendam seus produtos, sem a necessidade de intermediação dos “atravessadores”, que acabariam influenciando no valor dos alimentos, trazendo prejuízo para quem produz e também para quem consome. “Eu trabalho com a parte de doces, tortinhas salgadas e bolos, e a minha produção eu faço no dia anterior à feira. Como minhas únicas fontes de renda são essa feira e a minha página no instagram, onde eu vendo os doces por encomenda, é muito importante esse apoio da prefeitura e o engajamento dos clientes também”.

E os fregueses notam a diferença. Dona Carolina, moradora do bairro do Bessa, conta que frequenta a feira toda semana e desde então diminuiu as idas ao supermercado. “É muito visível a diferença na qualidade dos produtos. Aqui a produção é novinha, os legumes são de qualidade e muito mais saudáveis, sem agrotóxicos. A gente também já cria uma amizade

com o pessoal, toda semana nos encontramos e além de comprar os produtos também colocamos a conversa em dia”.

Outra feira agroecológica bastante conhecida na capital é a Feira Ecovárzea, em funcionamento desde 1997. Inicialmente, ela acontecia no bairro de Mangabeira, mas no ano seguinte foi transferida para a UFPB, onde continua até hoje, todas as sextas-feiras pela manhã, das 5h às 11h. Os membros da Ecovárzea são os agricultores e agricultoras dos assentamentos Dona Helena, Padre Gino, Vida Nova e Rainha dos Anjos, situados nos municípios de Cruz do Espírito Santo e Sapé, que fazem parte da Região da Várzea. Além disso, as comunidades Dona Antônia, no Conde, e Ponta de Gramame, em João Pessoa, também fazem parte da feira.

Na feira, além das verduras e legumes, é comum observar os estudantes, professores e moradores dos bairros próximos à universidade consumindo tapiocas, pães, bolos e café, também vendidos pelos produtores locais. A feira recebe um grande fluxo de pessoas todas as sextas-feiras, e dona Maria, agricultora, reconhece nos frequentadores não apenas fregueses, mas também amigos. “Através da feira a gente faz amigos. É muito bom chegar aqui e ver que as pessoas não vêm só pra comprar, vêm pra conversar também. Além de ajudar com o nosso sustento, a gente cria essas relações”.

Além das sextas-feiras na UFPB, a feira também acontece nas terças-feiras, das 5h às 11h, no Instituto Federal da Paraíba (IFPB), localizado no bairro de Jaguaribe. Também é possível realizar pedidos dos alimentos através do site da Ecovárzea. A retirada dos alimentos é sempre na sexta-feira, na UFPB.

A agroecologia e a agricultura familiar têm um papel fundamental no enfrentamento aos desafios alimentares e ambientais da atualidade. Ao promover práticas agrícolas sustentáveis, a agroecologia preserva a biodiversidade e o meio ambiente, e também disponibiliza para a população uma alternativa mais saudável frente ao bombardeio de agrotóxicos realizado nas grandes produções agropecuárias. Ao valorizar e apoiar a agricultura familiar, a sociedade fortalece a base da produção de alimentos em muitas comunidades, reduzindo a dependência de monoculturas e promovendo a equidade e a inclusão do campo. É essencial que a importância desse tipo de produção seja reconhecida e promovida, em busca de um futuro mais sustentável e saudável.

> Feiras Agroecológicas perto de você:

FEIRA AGROECOLÓGICA DO SÍTIO UTOPIA NO OCA RESTAURANTE

Feira Orgânica ou Agroecológica

Endereço: Av. Alm. Barroso - Centro, João Pessoa - PB, Brasil

Dias de funcionamento: Terça-feira

Horário de funcionamento: 5h00 às 14h00

FEIRA AGROECOLÓGICA ECOVÁRZEA - UFPB

Feira Orgânica ou Agroecológica

Endereço: Campus I da UFPB , PB-079 - Castelo Branco III, João Pessoa - PB

Dias de funcionamento: Sexta-feira

Horário de funcionamento: 5h00 às 12h00

FEIRA AGROECOLÓGICA IFPB

Feira Orgânica ou Agroecológica

Endereço: Avenida Primeiro de Maio, 720, Loteamento dos Sítios Velho e Novo

Onde ocorre: Espaços educacionais (universidade, escola e outros)

Dias de funcionamento: Terça-feira

Horário de funcionamento: 06h00 às 12h00

FEIRA ESPAÇO EQUILÍBRIO DO SER - CENTRO DE PRÁTICAS INTEGRATIVAS E COMPLEMENTARES EM SAÚDE

Feira Orgânica ou Agroecológica

Endereço: Rua Bancário Sérgio Guerra, 151-163 - Bancários, João Pessoa - PB, Brasil

Dias de funcionamento: Quarta-feira (quinzenalmente)

Horário de funcionamento: 4h30 às 11h30

FEIRA ORGÂNICA DO PROJETO CINTURÃO VERDE I

Feira Orgânica ou Agroecológica

Endereço: Mercado Público do Valentina - Valentina

Dias de funcionamento: Sábado / Domingo

Horário de funcionamento: 6h00 às 11h00

TERRA VIVA

Feira Orgânica ou Agroecológica - disponível para delivery ou retirada

Endereço dos pontos de retirada: Flamboian - Av. Cajazeiras, 510 - Manaíra / Bendita

Cozinha - Rua Antônio Lira, 808 - Cabo Branco / Mercado Almagre - Rua da Enseada, 1215 -

Ponta de Campina

Pedidos através do site: <https://linktr.ee/terravivapb>

Dias de funcionamento: Quarta-feira

Horário de funcionamento: consultar horários

Para comer com os olhos! A fotografia de alimentos e a carreira do fotógrafo Jordy Ribeiro

Na era das redes sociais, uma das principais formas de atrair a atenção de seguidores ou possíveis clientes é através da imagem, e restaurantes, chefs e marcas de alimentos estão investindo cada dia mais em profissionalizar o conteúdo compartilhado em campanhas de publicidade e nas redes sociais. A fotografia gastronômica tem se tornado um mercado crescente, com uma busca maior por profissionais que saibam extrair os melhores cliques para transformar o alimento em algo irresistível. Se há verdade na expressão “comer com os olhos”, é possível conferir fazendo um rápido comparativo entre o engajamento de estabelecimentos que se atentam ao papel que uma boa equipe de marketing e um bom fotógrafo têm no sucesso de sua marca.

O fotógrafo Jordy Ribeiro, 27 anos, natural de João Pessoa, especializado em fotografia de alimentos e produtos, se tornou um nome em ascensão na capital, tendo inclusive expandido sua carreira para cidades de Norte a Sul do Brasil. Nessa entrevista, conversamos sobre sua carreira e como a visão empreendedora e o comprometimento o levou a novos espaços.

Apetite: Como iniciou sua carreira na fotografia?

J: Bom, foi muito aleatório [risos]. Antigamente eu comprava muito as roupas de uma marca bem underground, e aí um dia o dono da marca viu que eu usava muito essas roupas e acabou me chamando para tirar umas fotos. Eu fui o modelinho da sessão [risos]. Isso foi em 2015, eu tinha 19 anos. Aí eu comecei a ter o contato com a câmera e me despertou o interesse. Eu sempre fui meio nerd da tecnologia, gostava muito de jogos, sempre gostei de manipular imagens também. Esse primeiro contato com a câmera me despertou o interesse em comprar uma câmera minha, eu nem tinha a intenção de trabalhar com fotos, na época via a pessoa que tirou as minhas fotos e pensava que nunca ia chegar naquele nível. Eu só queria tirar umas fotos de paisagens, dos meus amigos e acabou. Nesse tempo eu trabalhava no call center, essa foi a primeira renda que eu tive, e foi aí que comprei minha primeira câmera, uma Canon de entrada, com a lente do kit mesmo. Depois consegui comprar uma 50mm. Foi um experimento para mim, minha primeira experiência, então eu não sabia usar muito o equipamento, não sabia usar flash, nada. E foi uma compra alta para o meu padrão de vida da época, até porque eu vim de uma família de subúrbio, não tive pais fotógrafos nem ninguém da família em contato com fotografia. Minha família é um pessoal da classe trabalhadora

mesmo, então eu meio que rompi com esse ciclo. Foi um contato que abriu a minha mente, uma coisa que eu nunca imaginei, trabalhar com arte, aí com isso eu comecei a fazer algumas fotos aqui e ali, e pensei “poxa, acho que dá para trabalhar com isso e mudar minha situação”. E aí eu pedi minhas contas do antigo emprego e fui procurar capacitação, comprei vários cursos, alguns pela internet, alguns presenciais. No começo é muito difícil, porque ninguém sabe quem é você, não tem muita credibilidade. Só em 2017 que fui ter uma virada de chave, quando comecei a fazer muitos trabalhos com uma digital influencer de João Pessoa, a gente fez uma sequência de trabalhos juntos com algumas marcas, e aí comecei a ter mais visibilidade e trabalhar independente com essas marcas. Eu não trabalhava com alimentos ainda, eram mais com lojas, editoriais, campanhas rápidas. Eu me permiti trabalhar com praticamente todas as áreas da fotografia, porque ainda não tinha um posicionamento, não tinha essa visão de que eu poderia me posicionar como marca, como um profissional que pretende atuar só em uma área. Eu estava desempregado e precisava de grana, então trabalhava com tudo, casamento, festa infantil, corrida de kart, tudo mesmo.

Apetite: E como você chegou na fotografia de alimentos?

J: Então, por volta de 2018 eu quis crescer o meu trabalho além do Instagram, então comecei a fazer trabalhos em outras plataformas, como o Behance, fiz alguns trabalhos por lá e deixei. Um tempo depois eu comecei a receber vários e-mails e notificações dessa plataforma, e, sem entender muito bem o que que estava acontecendo, fui lá olhar e era uma agência lá de Portugal falando que estavam com uma demanda para fazer um banco de imagens para aplicativos de delivery. Eles mandaram essa mensagem, eu fiz um teste em casa mesmo com o produto, foi a primeira vez que eu fotografei em casa, montando uma cena, fazendo todo esse trabalho de fotografia de alimentos. O resultado ficou horrível, a qualidade horrível, mas pra eles estava ótimo [risos]. Eu falo isso comparando com o que faço hoje. Foi um cliente internacional que atendia a três plataformas de delivery, e com esse banco de imagens eu rodei quase o nordeste inteiro. Foi a primeira vez que eu saí pra viajar assim, viajava de ônibus mesmo, loucura total, mas por um lado foi legal porque eu comecei a ter uma experiência nova, eu nunca tinha saído de João Pessoa, minha família nunca teve essa condição. Então eu estava viajando, a trabalho, sendo remunerado por isso. Aí eu comecei a ter uma experiência maior e tive o insight de “esse contato aqui da publicidade, dos alimentos vai me ajudar”. Porque eu estava fazendo um trabalho rápido, sem planejamento nenhum e conseguindo ter uma retenção de lucro muito maior do que quando eu fotografava com lojas, e com lojas o trabalho sempre foi muito precário aqui em João Pessoa. Então eu decidi dar

uma atenção maior a isso, comecei a, por exemplo, na minha agenda de dez atendimentos um era de alimentos. E aí veio a pandemia, que acabou sendo o maior divisor de águas pro meu trabalho. Porque antes eu trabalhava com pessoas, lojas, e com a pandemia todos os meus compromissos foram desmarcados, cancelados, tudo. Eu fiquei três meses em casa sem trabalhar, sem saber o que fazer, então comecei a pensar em alguma maneira de trabalhar sem me colocar em risco, sem muito contato com pessoas. E aí eu lembrei dessa demanda dos aplicativos de delivery. Eu podia fazer as coisas em casa e voltar a fazer com que o meu trabalho fosse viável, então fui estudar essa parte de foto gastronômica, fotos de produtos, fotos de e-commerce. A minha ideia no começo era trabalhar só com aquelas fotos de fundo branco, não era nem o que eu faço hoje. Só que as coisas foram se desenrolando tão rápido que eu comecei a criar conteúdo sobre isso. Eu ia ao supermercado, de máscara, comprar produtos para fazer teste em casa, criar conteúdo pro Reels e comecei a criar um posicionamento, meio embrionário ainda, porque eu não sabia muito bem o que estava fazendo, só queria criar conteúdo. E comecei a criar conteúdo com produtos, fotografando umas coisas em casa, e me posicionei assim para trabalhar só com produtos. Surgiu a primeira proposta - uma hamburgueria aqui de João Pessoa quis fazer umas fotos, estavam trabalhando só com delivery e me convidaram para ir lá fazer as fotos. E comecei desse jeito, indo de casa em casa, morrendo de medo, né. Chegava em casa e tomava praticamente um banho de álcool. Foi aí que comecei a trabalhar com alimentos. Qual foi a minha tática: eu não queria mais trabalhar com pessoas, então apaguei meu instagram antigo, que era uma conta onde tinha muitos trabalhos com pessoas, tinha uma quantidade razoável de seguidores, uns 6 ou 8 mil, mas também não era segmentado, era de tudo. Então eu dei um passo para trás, porque você apagar seu principal contato com o público na época da pandemia, foi preciso ter coragem. Eu comecei a atender apenas empresas, empreendedores, essas coisas. A primeira empresa do interior que eu atendi foi uma indústria de côco de Sousa, eles mandaram os produtos para eu fotografar na minha casa, então eu fiz as fotos dos produtos individuais, criei conteúdos com esses produtos, contratei um chef para trabalhar comigo fazendo receitas, enfim, o que eu já faço hoje, na época eu estava começando a entender como poderia funcionar, os primeiros passos. Então eu fui seguindo o fluxo, já tinha começado, vi que poderia dar certo e fui dando sequência. Comecei a atender algumas empresas um pouco maiores aqui em João Pessoa e fui crescendo no meu trabalho.

***Apetite:* Você diria que houve um certo tipo de dificuldade em encontrar clientela nessa migração para a fotografia de alimentos e produtos? Como é o mercado dessa área?**

J: O mercado aqui é fraco pra gastronomia, porque geralmente quem atende essa demanda são as agências e elas não contratam especificamente um fotógrafo. Elas deixam algum encarregado, alguém que já trabalhe na agência, geralmente é um social media que tem alguma noção de fotografia, que ele faça esse material audiovisual, seja foto ou vídeo. Então isso pra mim já foi um incentivo porque não tem muita concorrência nessa área aqui. Tem alguns profissionais que fazem? Tem. Mas não são profissionais dedicados só a isso, é um profissional que no final de semana ele tá fazendo evento e no dia de semana, segunda a sexta, ele faz um ou outro restaurante, mas não se posiciona como fotógrafo de alimentos, não tenta prospectar clientes que sejam apenas nessa área, não tem essa visão, esse planejamento que eu fiz. A transição não foi fácil, até porque eu não tinha certeza que ia dar certo. Eu sempre projeto as coisas para seis meses a um ano, não sou o tipo de pessoa que quer resultado pra ontem, porque nada é pra ontem. Então esses seis meses que eu peguei desde junho até o final de 2020 foi só pra entender como era esse mercado, fazendo curso, comprando vários cursos pequenos, baratinhos, de uma plataforma de produtos digitais. Cada curso tinha uma noção, tipo “curso de noções de edição para alimentos”. Eu precisava ter uma noção de como emprar um material sem ter um chef trabalhando comigo a todo momento, então fiz o curso de food styling, essas coisas, noções de criação de conteúdo para rede social, cursos para melhorar o meu material mesmo.

***Apetite:* E dá para ver nas suas fotos que você teve uma evolução enorme, é visível. Eu queria saber como foi o processo dessa evolução e também como são os seus processos criativos? Para criar as fotos, criar os cenários que eu vejo que você produz também.**

J: Aí começa a entrar o lado das referências. Eu gosto muito de moda, de consumir o material de moda, o conceito de você explorar a fisicalidade na foto. Porque quando você vai ver editoriais de alta costura, o fotógrafo consegue expressar através do olhar dele fotos com determinados ângulos que um iniciante de fotografia nunca vai conseguir. Então essa parte que sempre me pegou, do tipo, eu quero sempre ter um olhar diferente dentro do que eu já faço. Porque eu me inspiro muito nisso. Outra coisa, pesquisa. Eu tento, mas não sou um cara que tem facilidade para livros, infelizmente. Eu não consigo ler tanto, sabe? Então eu gosto de consumir muito material digital, muitas imagens, eu sou um cara de referência imagética, tenho uma memória fotográfica absurda, então todo material que eu vejo, pode ser qualquer coisa, foto, ilustração, pinturas, tudo isso vai ficando na minha cabeça e eu sempre tento aplicar todo dia nos meus trabalhos. Eu gosto do *still life*, que é a natureza morta, eu gosto muito do conceito básico mesmo. O meu trabalho eu considero como um básico bem feito.

Porque eu não quero revolucionar a fotografia, não tenho essa audácia toda. Eu quero fazer só o básico bem feito, porque o básico funciona. A gente tem tanta referência boa em pinturas que exploram sombras, tridimensionalidade, materialidade, sabe? Outra coisa, digamos que você está vendo a janela de casa. Se você botar uma mesa e começar a observar a luz do sol, que hora ela vai subindo, como ficam as sombras quando pegam no copo, os reflexos. Às vezes você posta um materialzinho no Instagram mesmo, tirando foto do café da manhã, mas a luz está tão bonita, e esse trabalho de observação faz com que eu não fique só buscando referências de outros profissionais. Eu tento tirar toda a minha bagagem de conhecimento fora do meu trabalho de fotografia. Porque se a gente começa a pesquisar referência só dentro da sua área vira muito autorreferência, você começa a fazer sempre o mesmo trabalho, e eu não consigo fazer sempre o mesmo trabalho. Se você me der um produto, eu vou fazer três vezes diferente. Porque eu não consigo, eu sempre estou pesquisando, querendo dar uma leitura diferente desse material. Por exemplo, quando a gente imagina uma foto de sushi, o pessoal sempre vai imaginar uma mesa preta com o hashi vermelho, alguma coisa em alusão à bandeira do Japão, olha que estereótipo. E é só isso. Cria um estereótipo absurdo e é sempre a mesma coisa. E aí muitos fotógrafos profissionais, donos de agência, a galera que já fez mentoria comigo, o pessoal sempre fica perguntando por que eu pego um cenário colorido para fazer foto de sushi. É simples: eu não quero mais fazer o mesmo trabalho que todo mundo faz. Eu quero que as pessoas possam, quando forem fazer suas pesquisas de referências, ver outras alternativas. As minhas referências são fora do que eu faço, natureza morta, moda, cinema. Eu também gosto de fazer algo o mais prático possível dentro da minha foto, então com isso o meu processo criativo ele se dá da seguinte forma: quando o cliente me manda uma referência, tipo “a gente quer um ambiente de cozinha, que seja uma foto com cara de café da manhã, que tenha tal iluminação, que seja uma foto mais quente, mais fria, etc”, eu capto as informações e trago elas pro meu estilo. Eu não gosto de fazer o material exatamente como está lá, sabe? E aí leva essa questão de que eu poderia comprar fundo de papel impresso com a imagem de uma cozinha e brincar só com a perspectiva e desfocar a cozinha fake, só que eu gosto do meu processo criativo ser mais real. Porque gera exclusividade. Eu já montei tablado de cerâmica, eu cimento tudo, colo tudo. Isso eu passo um, dois dias pra fazer. E aí quando tem tábua pra pintar, eu vou na madeireira, peço o tamanho da tábua, vou no ateliê, compro tinta, compro rolo, pinto tudo. Primeiro que eu acho isso terapêutico, é muito bom. Acho que talvez um dia se eu largar a fotografia eu viro artista, de fazer pintura, essas coisas. Não que eu tenha dom [risos]. Mas eu gosto muito, e tendo essa entrega, o cliente vê o material sendo feito, vê que eu monto um cenário do zero e é um

diferencial. E eu gosto de fazer esse processo inteiro, gosto de sentir todo o processo, todo o trabalho. Então, eu não aguento, porque assim, a gente que é fotógrafo de produtos, eu conheço todos os fotógrafos de produtos relevantes do país e todos me conhecem. Todos nós temos o mesmo fornecedor de fundo fotográfico, o mesmo fornecedor de louça, formas geométricas. Todos têm a mesma coisa. Então, se eu ficar comprando a mesma coisa que todo mundo, qual a diferença do meu trabalho para outro?

***Apetite:* E esse cuidado com o seu trabalho tem realmente chamado a atenção de marcas por todo o Brasil, você já foi pra Curitiba, Porto Alegre, São Paulo, Fortaleza, várias cidades. Como tem sido essa expansão do teu trabalho, percorrer o país todo? Fala um pouco dessa experiência.**

J: Então, o legal é que eu trabalho com praticamente todas as cidades, mas não preciso necessariamente ir até elas. Eu comecei trabalhando com as marcas aqui de João Pessoa, só que aí chega o teto, né? Também comecei a entender que as marcas aqui trabalham muito com agências, e eu não quero ser ligado a uma agência, então eu fui procurar meios de fazer com que o meu trabalho fosse visto lá fora. Buscar expandir a minha marca. Ao fazer o trabalho com uma marca de sorvetes aqui em João Pessoa, uma das donas me adorou, porque viu que o trabalho era bem feito, ela ficou encantada e a família que gerencia esse grupo tem parentesco com outra família que tem uma empresa de sorvetes em outra cidade. E aí como eu já tinha rodado aqui o Nordeste com algumas marcas, comecei a ver que era possível expandir o meu trabalho. Aí o trabalho com a marca de sorvetes daqui me levou à marca de sorvetes lá de Fortaleza. Então eu comecei a criar conteúdo com isso, que há possibilidade da gente atender empresas em outros estados, basta se organizar e tudo mais. Na época não deu efeito nenhum, tinha pouca demanda. Mas aí eu fiz esse trabalho com essa empresa de lá e como é uma marca gigantesca em Fortaleza, eles têm parceria com outra marca também gigantesca de refrigerante de caju, e aí eu fiz o trabalho para uma e depois para a outra. Foi muito rápido. Com esses dois trabalhos eu ganhei mais visibilidade a nível Nordeste. Eu não imaginava que fosse pegar o Brasil todo, na época a minha ideia era ser uma das referências do Nordeste. Porque eu sabia que conseguia, tinha material para mostrar que era capaz. E ao trabalhar com essas duas marcas grandes em Fortaleza, voltando para João Pessoa é um efeito impressionante. Quando você sai de João Pessoa e volta, as pessoas aqui começam a valorizar mais. E aí eu comecei a trabalhar com algumas outras marcas aqui do Nordeste e apareceu uma marca de snacks de Maceió, foi o primeiro cliente de fora que me mandou o produto para fotografar aqui. E aqui na época eu já estava fotografando marketing grande, marca de cerveja

artesanal, marca grande de cachaça. E aí comecei a receber esse contato desse cliente de Maceió e quando a embalagem chegou aqui eu fiquei apaixonado pelo design. Eu sempre quis trabalhar com esse tipo de material mais colorido, sempre quis fazer as fotos que eu faço hoje, só que na época eu não conseguia ainda porque não tinha técnica nem equipamento pra isso. Aí eu vi essas embalagens, fiquei impressionado, e fui procurar saber da cliente quem era a designer e quem era a ilustradora que fez esse material. E aí me passaram o contato da designer. Eu falei com ela, mandei a mensagem me apresentando na cara dura mesmo, disse que poderia enviar as fotos que havia feito do material, e ela me respondeu dizendo que adorou o meu trabalho, foi super humilde, super solícita, aceitou as fotos. Ela ia apresentar o case ainda desse produto, porque no design eles fazem um case, montam todo um projeto, explicam como foi feito o design e toda a apresentação. E aí ela tirou os renders 3D, que ela já tinha, e colocou as minhas fotos no projeto. E aí, cara, a gente abriu um precedente para que os trabalhos mais tops mesmo sejam feitos sem os chamados *mockups*, que é uma imagem que você compra num banco digital e essa imagem é genérica, você só vai editar e colocar a sua apresentação ali, eles deixam o espaço vazio que é pra você manipular. E aí ter a materialidade da foto, do cenário que eu preparei só pra essa embalagem, praticamente eu criei um mockup pra ela, pra aquela sessão. Era outro nível. E as fotos bem básicas, eu estava aprendendo ainda, mas ficou outro nível de apresentação, até pra ela. Quando vi o Instagram, ela tinha uns quinze mil seguidores. Na época eu tinha acho que dois mil, mas quinze mil seguidores, pra quem trabalha e é nichado, não é seguidor aleatório, são quinze mil pessoas de uma comunidade. É um engajamento absurdo. Aí ela montou o case, depois foi fazer um post no Instagram em colaboração com a minha página, acho que em uma semana eu ganhei coisa de trezentos seguidores, todos designers, todos donos de agência. Então foram tipo trezentos clientes. E aí eu fui procurar onde ela era, de Curitiba. Já não era mais do Nordeste, o meu trabalho já estava indo pro sul. Ela também é dona de um podcast gigantesco de rotulagem que eu nem sabia. Eu estava pensando pouco, pequeno, e a oportunidade foi gigantesca. E aí é aquela coisa, você também tem que ter raciocínio rápido para agarrar as oportunidades. Além disso, ela é dona de um curso que tem certificação de pós-graduação no curso de design, o Rotulando, é muito bom. E com isso esse material rodou o meu nome no Brasil inteiro, a partir disso começaram a vir outros designers, eu comecei a encontrar outros projetos e com eles tive a oportunidade de viajar, fui pra Santa Catarina, Florianópolis, Balneário Camboriú, Curitiba, Porto Alegre, vou pra São Paulo mês que vem e eu comecei a ter uma notoriedade gigantesca, aí eu posso dar a minha carteirinha [risos]. Por competência minha, todos os projetos que eu estava inserido estavam ganhando prêmios, nacionais e internacionais. Então

toda essa estratégia ela veio do meu planejamento, eu só não imaginava que seria tão grande e tão rápido.

***Apetite:* Para finalizar, fala sobre o processo das mentorias, como surgiu essa ideia e quais foram os resultados? Quais são seus planos futuros?**

J: Quando eu comecei a criar conteúdo falando do meu processo criativo, mostrando o meu dia a dia, a minha rotina de pintar cenários, fazer iluminações, tipos de flash, começou a surgir uma comunidade, fotógrafos começaram a me seguir. Brasileiros e de fora também, muitos fotógrafos dos Estados Unidos, Índia, Irã, Iraque e Arábia Saudita, países muito fortes em fotos de gastronomia. Eu comecei a fazer networking com esse pessoal, conversar mesmo, e recebi muitas mensagens sobre essa parte técnica. A minha ideia de rede social é que todo mundo faça um canto mais amigável, não gosto de tratar as pessoas como só mais um seguidor, prefiro que todo mundo seja amigo. É utópico, eu sei, mas eu tento fazer isso no meu dia a dia. E aí comecei a receber muitas mensagens perguntando como que eu fazia a luz das fotos, qual o equipamento, etc, e percebi que tinha uma demanda ali. Ninguém sabia usar flash, ninguém sabia o tripé que deveria comprar, o cenário que deveria ter. E outra, um grande problema dentro da área de fotografia no Brasil, o fotógrafo não sabe quanto cobrar e como atender. E aí eu tenho aquela bagagem boa de quando trabalhei com atendimento, sei escutar as pessoas e conversar sendo simpático, educado, e com isso eu consigo vender muito bem. Porque eu sei escutar e sei também como impor o meu trabalho. Com isso eu comecei a entender que o fotógrafo acha que é só fazer foto, mas não tem o cuidado de conversar com a pessoa, de ouvir as dores do cliente, mas trabalhando com empresas você tem que entender quais são os pratos que o cliente tem, quantos produtos ele tem, para onde que ele quer vender esse material, se ele quer colocar numa rede social, se quer fazer uma campanha no site, qual produto ele tá conseguindo vender, qual produto não tá. Ter uma atenção especial, sabe? Eu sempre tive esse tato com meu cliente e muitos profissionais não têm, e ficava muita gente me perguntando e eu percebi que estava perdendo tempo só conversando com o pessoal, então decidi que o mais viável seria realizar a mentoria para compartilhar as informações que eu tanto trabalhei para conseguir, porque também não dava para continuar ensinando de graça. E aí eu comecei ano passado, em setembro, a prestar a mentoria para fotógrafos. Antes de começar a mentoria eu fui anotando os tópicos que achava interessantes para o trabalho do profissional, pontos que eu sei que muitos erram. Aí tem a questão do atendimento, precificação, como prospectar cliente, posicionamento de rede social, todas as coisas. Eu sempre gosto de fazer duas reuniões, duram dois dias. No primeiro dia eu vou conversar só

sobre essa parte de estruturar o negócio, saber quanto o profissional está cobrando, como estão os equipamentos dele, fazer um panorama geral. No segundo dia a gente vai pra parte técnica e ainda deixo o meu contato, se quiser falar comigo depois, pode falar. Eu não imaginava que seria um sucesso assim. Mentoria não é algo barato, e eu já fiz com mais de cinquenta fotógrafos, já teve até de fora do Brasil, eu tive uma aluna lá na Angola, ela foi para Portugal e está trabalhando lá com fotografia. Mas eu acho que esse vai ser meu último ano, porque demanda muito tempo, então acho que já está na hora de encerrar. Agora quero partir para outras coisas. Eu pretendo lançar um curso, essa é uma ideia mais a longo prazo. Para um futuro mais próximo eu quero muito fazer um e-book, quero democratizar o conhecimento. O e-book vai ser como um guia muito prático e rápido sobre iluminação, ensinando todo o caminho desde nenhum flash até um setup no qual você vai montar cinco pontos de iluminação, que é extremamente complexo. Então eu pretendo fazer isso, esse é o plano.

Para conhecer melhor o trabalho de Jordy Ribeiro, acesse:

Instagram: @jordyribeirofoto

Behance: <https://www.behance.net/jordyribeiro>

Cachaçaria Philipéia: história e cultura a cada dose

São vários os símbolos culturais que constroem a identidade do povo brasileiro, e certamente muitos desses símbolos estão associados ao paladar. Entre as comidas, temos a feijoada, o baião de dois, a moqueca, a maniçoba. Mas falando em bebidas, apesar da população nacional ter um grande apreço pela cerveja, de origem alemã, temos em nosso país uma bebida originalmente nacional, a primeira destilada das Américas, que sobreviveu a estigmas negativos e proibições pela corte portuguesa: estou falando da tão conhecida cachaça, ou aguardente brasileira.

Até hoje não foi possível encontrar registros exatos da sua data de criação, mas o que se sabe é que a famosa bebida foi criada entre os anos de 1516 e 1532, e sua origem continua sendo um mistério rodeado de histórias que remontam ao período colonial no Brasil, quando os negros escravizados eram a população que mais consumia o líquido produzido através da fermentação dos resíduos resultantes da produção açucareira. Dentro das senzalas, a cachaça era a bebida que se tomava quando precisavam de consolo frente ao sofrimento, à saudade de casa e também para alegrar as noites de festa e os rituais religiosos.

Com o crescimento da popularidade da cachaça e sua difusão para além das senzalas, a corte portuguesa pôs em prática inúmeras tentativas para impedir a comercialização da bebida, tendo como objetivo privilegiar a venda da “bagaceira”, bebida extraída do bagaço das uvas produzida em Portugal, no entanto a esse ponto a cachaça já era uma bebida popularmente brasileira e muito difundida, e a proibição não foi aceita pela sociedade. Em 13 de setembro de 1661, a fabricação da bebida foi oficialmente liberada, e a cachaça se consolidou como sinônimo de brasilidade, fazendo parte dos movimentos de independência e ganhando mais importância econômica e cultural.

Na Paraíba, um dos maiores produtores de cachaça do país, a lei estadual 12.042, de 08 de setembro de 2021, permitiu a inserção da cachaça como destaque dos símbolos culturais do Estado, a partir da criação do Dia Estadual da Cachaça Paraibana, celebrado no dia 10 de junho. Na literatura, a obra de José Lins do Rego nos mostra a intrínseca relação entre o ciclo açucareiro, do qual a bebida faz parte, e a construção da identidade paraibana, onde a produção dos engenhos já foi a principal fonte econômica que sustentava a região.

Tantos anos de história só reforçam a importância dessa bebida para a cultura nacional e regional, e em João Pessoa é possível encontrar um local bem especial, que faz jus a essa memória. Enquanto a capital é mais popularmente conhecida pelas praias, nossa herança cultural também pode ser vista nas ruas, praças e casarões do centro histórico, um ambiente que carrega em cada espaço os 438 anos de história da cidade.

Beco da cachaçaria: doses de história

Entre as ruas e vielas, próximo à Praça Rio Branco, fica o famoso “beco da cachaçaria”, onde está localizada a Cachaçaria Philipéia, em funcionamento desde 2003, um tesouro escondido entre as ruas do centro da capital. A cachaça, com sua inestimável importância cultural, histórica e econômica no desenvolvimento do estado, é a estrela do lugar.

Ao entrar na Cachaçaria Philipéia, você é imediatamente envolvido pela atmosfera acolhedora do local. As paredes são repletas de fotos antigas e obras de arte, e o bar é rodeado por garrafas de cachaça de todos os tipos e épocas diferentes. Com ares de museu histórico, o bar é um ambiente receptivo e caloroso, onde é possível compartilhar boas histórias e, claro, boas doses.

O estabelecimento apresenta uma impressionante seleção de cachaças artesanais variadas, vindas dos engenhos paraibanos. Os visitantes podem experimentar uma ampla gama de sabores que Carlos Vieira, proprietário do local há 20 anos, produz numa espécie de alquimia, misturando a bebida com uma miríade de raízes, sementes e frutas, criando sabores que marcam aqueles que se aventuram a experimentá-los.

Mais do que um ponto turístico, a cachaçaria é um lugar de celebração da rica cultura paraibana, onde é possível degustar uma ampla variedade de sabores dessa bebida que reflete nossa história. Se durante a semana o local parece pouco movimentado, com alguns poucos frequentadores, o fluxo é compensado aos sábados, quando ocorre o Sabadinho Bom na praça Rio Branco. O evento, gratuito, reúne pessoas de todas as idades, com um palco montado em frente ao prédio da FUNAPE, onde grupos se apresentam tocando choro e samba. Inicialmente o projeto seria realizado apenas no verão, mas devido à forte adesão do público, a FUNJOPE articulou meios para continuar durante o ano todo, e atualmente é o queridinho da cidade, um espaço de celebração da nossa cultura. Durante as tardes e noites de sábado, o

famoso “beco da cachaçaria” se vê preenchido pelo movimento das pessoas que vêm para curtir o samba e, claro, boas doses de cachaça.

Se você é um conhecedor de cachaça, na Cachaçaria Philipéia encontrará a oportunidade de experimentar verdadeiras preciosidades. Se é iniciante, a simpatia e atenção do Seu Carlos irão guiá-lo em uma jornada sensorial através dos diferentes sabores e aromas. Ao visitar o centro de João Pessoa, esta é uma parada obrigatória para quem está interessado em uma experiência única, enquanto brinda com a bebida que é o símbolo da brasilidade.

Onde encontrar a Cachaçaria Philipéia:

Rua Braz Florentino, 2, Centro - João Pessoa/PB

Instagram: @cachacariaphilipeia

Você tem fome de quê? Nutrição humanizada e a busca pela alimentação saudável

O tema da alimentação nunca esteve tão em alta. Seja nos programas de TV ou na internet, nos sites de notícias ou nas redes sociais, as pessoas têm falado muito sobre hábitos alimentares e vida saudável. Essa discussão também ganha destaque no Brasil, país que ocupa lugar de destaque no mercado da exportação de alimentos: em 2021, segundo dados do estudo “O Agro no Brasil e no Mundo – edição 2022” realizado pelo pesquisador Elisio Contini e o analista Adalberto Aragão, da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), o agronegócio nacional alcançou o posto de liderança mundial na exportação de soja (91 milhões de toneladas), terceiro maior produtor de milho e feijão (105 milhões e 2,9 milhões de toneladas, respectivamente), liderança mundial no açúcar (mais de um terço da produção mundial é brasileira) e de maior exportador de carne bovina (2,5 milhões de toneladas).

Apesar de todo o debate sobre o impacto da comida na saúde, no país ainda persistem grandes desafios internos relacionados à alimentação, como o aumento da pobreza e da dificuldade de acesso aos alimentos, a subnutrição, o consumo exacerbado de produtos fast food e alimentos industrializados, o aumento dos índices de obesidade e a propagação dos transtornos alimentares. Embora as questões sobre a alimentação sejam mais amplas e exijam um projeto político para solucionar tais problemas, trazemos aqui um recorte deste tema para a nutrição humanizada. Você já ouviu falar dela? Vamos conhecer mais um pouco.

Francieli Araújo, 31 anos, natural de São Paulo radicada em João Pessoa, é graduada e mestre em nutrição pela Universidade Federal da Paraíba e possui doutorado pela Universidade Federal de Pernambuco. Atualmente, é pesquisadora de pós-doutorado em Ciência e Tecnologia de Alimentos através da UFPB, além de ter experiência na área clínica e de alimentação escolar. Francieli traz um modelo de percepção do alimento em nossas vidas de forma pouco falada: a nutrição humanizada, a alimentação consciente e a vida saudável. A *Apetite* conversou com ela sobre os caminhos de sua trajetória e o entendimento sobre comida.

***Apetite:* O que te fez escolher a nutrição? Como você decidiu que seguiria este caminho profissional?**

F: Eu diria que o que despertou meu interesse pela nutrição foi de fato o meu interesse pelo alimento, por comida. Eu sempre achei muito interessante ver toda a composição do alimento, como ele nutre o nosso corpo e acho que foi isso que acabou me levando a optar pelo curso de nutrição. E eu não me arrependo, não me vejo em outra profissão. Ao longo dos anos essa visão foi se aprofundando um pouco mais, principalmente nos últimos anos, e isso tem a ver inclusive com a abordagem da nutrição com a qual eu me identifico. No momento, não estou fazendo atendimentos clínicos, mas quando eu estava, era pela abordagem comportamental, e um dos pilares dessa abordagem é olhar para o alimento, para a comida e para a nutrição com um olhar mais amplo, considerando não só a questão biológica do alimento, mas também em todos os contextos - sociais, culturais, psicológicos, enfim, todo o contexto que está envolvido no ato de se alimentar.

***Apetite:* Você tem observado uma maior adesão da população a um estilo de vida saudável?**

F: Esse é um tema um pouco complexo. Porque eu acho que o conceito de “saudável” talvez tenha ficado um pouco distorcido ao longo dos anos. Quando as pessoas falam em alimentação saudável, muitas vezes só estão olhando pro lado do nutriente e do emagrecer. Mas a abordagem que eu acredito da nutrição tem um olhar mais amplo para a comida, considerando os outros contextos envolvidos no ato de se alimentar. Então de certo modo as pessoas têm se preocupado mais com a alimentação sim, mas acho que falta ainda um pouco de esclarecimento. Apesar de existir muita informação sobre alimentação divulgada nas mídias, em vários meios de comunicação, essas informações muitas vezes também estão descontextualizadas e distorcidas, certo? Então a questão do “saudável” é um pouco complexa, tanto que, apesar de existir muita informação, a gente ainda vê um grande número de pessoas com excesso de peso, ou também pelo outro lado, tem crescido muito o número de pessoas com transtornos alimentares, fenômeno que é justamente decorrente da má relação que as pessoas têm com a alimentação, o que acaba ocasionando diversos problemas de saúde física e mental.

***Apetite:* É muito comum a gente ver diversos tipos de dietas que entram e saem da moda. Já teve a época da dieta low carb, depois a cetogênica e até uma dieta paleolítica. Eu queria que você falasse sobre isso, existe uma “dieta universal”? É possível falar em uma alimentação que valha para todo mundo?**

F: Grande parte desses problemas que eu citei, tanto o aumento do excesso de peso, obesidade, como os diversos transtornos alimentares, muitas vezes tem relação direta com esse grande número de dietas malucas que existem. Eu acho que, por exemplo, a dieta cetogênica tem uma aplicação muito específica, para pacientes que têm, por exemplo, casos de epilepsia. É comprovada a eficácia desse tipo de dieta, só que as pessoas começam a utilizar essas dietas com o intuito de emagrecimento e às vezes isso acaba sendo problemático. A dieta low carb é a mesma coisa. As pessoas passam a demonizar certos nutrientes, só que o nosso corpo precisa de todos eles. Precisa de gordura, precisa de carboidrato, ele precisa de tudo isso pra funcionar. Então eu, particularmente, não sou a favor de excluir determinados nutrientes ou grupos de alimentos. A alimentação que eu acredito ser saudável e equilibrada deve sim incluir todos os alimentos, mas claro que vão ter momentos, vão ter contextos que vão guiar as nossas escolhas alimentares. Em relação a uma dieta universal, se fosse para fazer uma recomendação eu citaria o Guia Alimentar para a População Brasileira, um instrumento direcionado à população que traz inúmeras informações sobre alimentação saudável e adequada. E a regra básica, a regra de ouro, seria basear a alimentação em alimentos *in natura* ou minimamente processados, que são aqueles que passaram por algum processamento muito leve, foram apenas descascados, cortados, enfim, esses são os alimentos minimamente processados. E os alimentos chamados ultraprocessados, que são aqueles que têm um grande número de ingredientes na composição, muitos aditivos, esses a gente precisa reduzir o consumo. Então a recomendação do Guia é essa. É claro que, como eu sempre falo, a gente sempre tem que olhar o contexto. Infelizmente a gente vive uma situação de grande desigualdade social e em alguns casos as pessoas acabam tendo um acesso mais fácil aos ultraprocessados, em alguns casos eles têm um custo mais baixo. A gente consegue sim ter uma alimentação baseada em alimentos *in natura* com custo reduzido, se for passar a consumir mais frutas e vegetais, mas quando a gente vai por exemplo para o lado das carnes, as ultraprocessadas acabam sendo bem mais baratas que as carnes frescas. Então a gente sempre precisa olhar o contexto dessa alimentação.

***Apetite:* É muito comum associar a ida ao nutricionista a restrições alimentares, com o foco em perder quilos na balança. Como você analisa essas questões?**

F: Infelizmente existe essa associação do nutricionista com restrições alimentares, com o emagrecimento, como se a profissão de nutricionista tivesse o objetivo principal do emagrecimento, quando na verdade não é. O nutricionista é um profissional de saúde. E por isso que a abordagem que eu acredito, que eu me identifico, não coloca o peso como objetivo

principal do tratamento. Porque na abordagem comportamental a gente trabalha com comportamento alimentar. A gente vai trabalhar para mudanças de comportamento das pessoas. Como o peso não é um comportamento, ele não vai ser o foco do tratamento. Quer dizer que as pessoas não vão emagrecer? Depende do caso. Se ela muda a alimentação, se ela tem uma alimentação totalmente desequilibrada e, após a consulta, passa a ter uma alimentação mais equilibrada, mais saudável e diversificada, consequentemente ela pode ter sim a perda de peso, mas esse não deve ser o objetivo principal do acompanhamento. A gente tem que olhar outros parâmetros comportamentais e também parâmetros relacionados à saúde. Se essa pessoa tem os exames bioquímicos, como estão todos esses fatores, se ela tem alguma doença associada que a alimentação pode ajudar, então a gente tem que avaliar todas essas questões. Como eu falei, não sou a favor de excluir nenhum grupo alimentar, nenhum alimento, então eu também consequentemente não sou a favor das restrições. Inclusive vários estudos já mostram que as restrições muito severas podem ser maléficas para o paciente. Então não é recomendado. Eu acho que a gente tem que guiar as pessoas para fazerem melhores escolhas alimentares, mas não precisa restringir. Até aquele docinho, que todo mundo quer logo cortar, não precisa. Tem que observar o contexto. Não é recomendado que se coma em grandes quantidades nem a todo momento, mas tem ocasiões em que aquilo vai fazer parte também de uma questão cultural, de uma questão social, então temos que observar e respeitar isso.

Apetite: Fala um pouco sobre a nutrição humanizada, como você leva esse conceito para a prática?

F: A humanização dos atendimentos na saúde, de modo geral, eu acredito que é essencial. A primeira coisa que temos que pensar é que estamos lidando com pessoas. Então eu não estou lidando com um corpo, estou lidando com uma pessoa que tem um corpo. Então acho que esse é o ponto principal para humanizar os atendimentos, não olhar só para o peso da pessoa. Olhar todo o contexto que está por trás daquele peso. Quais são os hábitos dessa pessoa, qual é o contexto de vida dela e como isso acaba refletindo na alimentação dela. Então é isso, eu não vou olhar só o que a pessoa come, eu vou observar *como* ela come, *por que* ela come. Então tudo isso acaba sim dando um caráter humanizado aos atendimentos, e outra coisa também é a questão da individualidade, respeitar a individualidade de cada pessoa. Essas são as práticas utilizadas nos atendimentos para ter esse cuidado mais humanizado.

***Apetite:* As mulheres sofrem muito com a pressão estética imposta pela sociedade. Como você busca desconstruir esses estigmas?**

F: Infelizmente a pressão estética está de fato muito presente e atinge principalmente as mulheres. É muito difícil trabalhar isso porque a gente sabe que atinge praticamente todo mundo, em maior ou menor proporção. Mas o que eu tentava mostrar, fazer a pessoa perceber, é que essa pressão estética é decorrente de padrões irreais, padrões inalcançáveis que são impostos pela mídia, pela indústria, pela sociedade para fazer a gente estar sempre insatisfeito e tentar mudar, buscar formas de atingir aquele padrão. Outra questão é mostrar como esses padrões inclusive mudam ao longo dos anos, para que a gente não tenha nem a mínima possibilidade de alcançá-los. No início, lá na antiguidade, o padrão de beleza eram mulheres com corpos mais cheios. Era isso que era valorizado. Depois começou a questão das mulheres magérrimas, das modelos. E atualmente o que tem predominado são os corpos mais musculosos, mulheres um pouco mais musculosas. Então essa reflexão serve para a gente ver como de fato esse padrão de beleza vem mudando e sempre se mantendo inalcançável, tanto que só uma parcela muito pequena da população se enquadra nesse padrão, e mesmo as que se enquadram ainda estão insatisfeitas em algum aspecto. Então a gente tenta trabalhar isso, mostrar como essa pressão estética repercute na má relação com o corpo, que repercute numa má relação com a comida e como isso está tudo relacionado e acaba sendo prejudicial para a saúde do indivíduo.

***Apetite:* Quais são as principais orientações que você daria para quem busca ter um estilo de vida mais saudável?**

F: É até difícil dar essas orientações gerais, porque o interessante mesmo é avaliar a individualidade de cada pessoa para ver o que funciona e o que faz sentido para ela. Mas tentando ser bem geral, vou retomar aqui o que eu havia falado sobre as orientações do Guia Alimentar para a População Brasileira. Então é tentar basear a alimentação em alimentos in natura ou minimamente processados e reduzir o consumo de ultraprocessados. Acho que cozinhar, tentar despertar o interesse por cozinhar, é algo que ajuda muito as pessoas a terem uma melhor relação com a comida. E também faz com que se coma menos fora, às vezes a gente não sabe como esses alimentos são preparados, ou acaba recorrendo a opções mais práticas, que muitas vezes são mais industrializadas. Além disso, também atentar ao consumo de água, que é super importante. E praticar alguma atividade física que faça sentido para a pessoa, que ela sinta prazer. Acho que esses são os três pilares para buscar um estilo de vida mais saudável. E, com relação à alimentação, aí é como eu disse, depende também da

individualidade das pessoas, a gente deve entender que a alimentação também deve ser o mais variada possível, e que a gente não precisa restringir os alimentos. Ter uma maior variabilidade faz com que a gente acabe diminuindo o consumo daqueles alimentos que podem ter uma composição não tão interessante. Acredito que o mais importante seria isso.

Paraíba, gostosa por natureza

Cada região do mundo todo tem peculiaridades que marcam a culinária desse lugar. Isso está ligado à história, à cultura e aos processos comportamentais. Já foi inspiração literária de Jorge Amado com o cheiro de cacau da Bahia ou o desejo do tareco e mariola, no forró do paraibano Flávio José.

O Nordeste brasileiro é conhecido por seus pratos típicos, que misturam a comida do litoral com as entradas pelos sertões numa explosão de sabores e sensações marcantes. Cada estado carrega consigo uma mesa típica, que oferece mais do que pratos deliciosos, mas sim o verdadeiro gosto desse lugar.

Vamos conhecer o sabor da Paraíba? A *Apetite* selecionou alguns dos pratos mais desejados e culturalmente preservados na nossa história. Eles podem ser feitos em outros lugares, mas divergem às vezes em nomes e preparos.

Cuscuz

O cuscuz é um dos componentes fundamentais da rotina alimentar dos paraibanos. Preparado com farinha flocada de milho, a iguaria tem origem africana e aqui costuma ser servido com ovo, galinha guisada, carne de bode ou carne de sol. Também se utiliza leite morno para hidratar.

Cartola

A cartola é uma sobremesa genuinamente nordestina, com sua origem vinda dos engenhos de cana-de-açúcar. O prato é feito com bananas fritas em manteiga, acompanhadas de queijo manteiga derretido e cobertura de açúcar com canela.

Rubacão

Prato típico da Paraíba, o rubacão é uma variação do baião-de-dois, preparado com feijão-verde, feijão-branco ou feijão-mulatinho. A diferença dessa iguaria é o toque cremoso, produzido pela base de leite, pedaços de carne, verdura e queijo coalho, introduzidos à mistura com os grãos.

Arroz de leite

O arroz de leite também é um prato amado na Paraíba, sendo um dos melhores acompanhantes para a carne de sol. Trata-se do arroz cozido com manteiga e leite, tornando-se um prato bem cremoso. Geralmente é servido também com queijo coalho, que derrete no calor da panela e dá ainda mais sabor ao conjunto.

Tábua de carne de sol

A carne de sol é uma das principais estrelas da culinária paraibana. Tem vários restaurantes dedicados a ela em João Pessoa. Tem esse nome pois, antigamente, era desidratada e exposta ao sol, pois assim duraria mais tempo. O processo se modernizou, mas ela continua uma das favoritas nos cardápios.

Buchada

As buchadas são pratos feitos com as entranhas - rins, fígado e vísceras - cozidos em bolsas feitas com o estômago do animal. As mais comuns são a buchada de bode e a buchada de boi. Mais comum no interior do estado, o prato é conhecido pela “sustança”, tem preparo mais elaborado e é daqueles que reúne famílias inteiras aos domingos.

Tapioca

De origem indígena, a tapioca é um prato típico de toda a região nordeste do Brasil. Seu nome, na língua tupi, significa “pão de casa”. À base de mandioca, é um alimento barato e fácil de fazer. Na Paraíba, os recheios mais comuns são a manteiga e o queijo coalho, mas o pessoal solta a imaginação, servindo com uma grande variedade de recheios, entre eles frango desfiado, carne de sol, ovo, linguiça e até variações doces, como tapioca de cartola ou tapioca de queijo com leite condensado.