



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

LUZIA AMÉLIA ROCHA DANTAS PACHECO

Relatório da Revista

ALIM: COMUNICAÇÃO GASTRONÔMICA
1ª Edição: Sabores Tradicionais

JOÃO PESSOA
2023

LUZIA AMÉLIA ROCHA DANTAS PACHECO

Relatório da Revista

ALIM: COMUNICAÇÃO GASTRONÔMICA

1ª Edição: Sabores Tradicionais

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial à
obtenção do título de Bacharel em
Jornalismo, do Centro de Comunicação,
Turismo e Artes (CCTA) da
Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

Orientador (a): Zulmira Nóbrega

JOÃO PESSOA
2023

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

P116a Pacheco, Luzia Amelia Rocha Dantas.

Alim : comunicação gastronômica 1ª edição: sabores
tradicionais / Luzia Amelia Rocha Dantas Pacheco. -
João Pessoa, 2023.
36 f. : il.

Orientação: Zulmira Nóbrega.
TCC (Graduação) - UFPB/CCTA.

1. Jornalismo - TCC. 2. Jornalismo de revista. 3.
Gastronomia. 4. Revista - Produção. I. Nóbrega,
Zulmira. 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): Luzia Amélia Rocha Dantas Pacheco.

Título do trabalho: Alim Comunicação Gastronômica. 1º Edição Sabores Tradicionais.

Aprovado em 09 de novembro de 2023, com média 40,0

BANCA EXAMINADORA

Professor(a) orientador(a): Profa. Dra. Zulmira Nóbrega

Universidade Federal da Paraíba

Assinatura: Zulmira Nóbrega

Professor(a) examinador(a): Profa. Dra. Patrícia Monteiro

Universidade Federal da Paraíba

Assinatura: Patrícia Monteiro Cruz Mendes

Professor(a) examinador(a): Tatiana Ramalho Barbosa

Universidade Federal da Paraíba

Assinatura: Tatiana Ramalho Barbosa

À Deus e a todos que vieram antes de mim, é graças a
vocês que me mantive forte o tempo todo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, “senhor da vida, toda essa alegria que espalhei e que senti, trago hoje aqui”.

Agradeço aos meus pais, Angelita e Tobias, os meus maiores apoiadores, que nunca desistiram de mim, são sinônimos de fé, força e honestidade. Metade disso tudo é deles. Amo vocês!

Agradeço os meus dois irmãos, Max e Daniel, que são parte essencial de mim.

Agradeço novamente ao meu irmão Max, que é a minha pessoa preferida no mundo inteiro e a sua opinião vale mais que tudo para mim.

Agradeço as minhas duas avós Luzia e Lima, a primeira que carrego o nome com muito orgulho, a segunda que seu nome está estampado neste trabalho e que são as melhores pessoas que eu conheci na vida.

Agradeço a minha família que é composta majoritariamente por mulheres, Tia Creuza, Tia Diana, Tia Zezé e Tia Socorro e Tia Su. Este trabalho também é para vocês.

Aos meus primos, Francisca, Francisco, Daniele, Antônia e Ana Luiza, João, que estão comigo deste sempre. Um agradecimento especial a Francisca, que me acolheu na minha vinda para Paraíba e nunca se afastou.

Ao meu melhor amigo e namorado Daniel, que é um suporte imprescindível nesta caminhada.

Aos meus melhores amigos Wagner e Zayra que sempre estavam disponíveis a ouvir meus desabafos.

Aos melhores amigos que fiz no curso, Beatriz, Tulyo e Thainá, que se tornaram minha família em João Pessoa.

À minha orientadora, Zulmira Nóbrega, por ter me apoiando totalmente na ideia de fazer uma revista de gastronomia e ajudado em cada parte do processo.

À todos os colegas e amigos que fiz na Paraíba, em especial no curso de jornalismo que compartilharmos sentimentos acadêmicos juntos.

À Patrícia Monteiro e à Tatiana Ramalho, profissionais incríveis que

formaram a minha bancajuntamente com a professora Zulmira Nóbrega.

À Universidade Federal da Paraíba (UFPB), que foi minha segunda casa nestes ultimos anos, é uma instituição de referência.

Comida não é apenas combustível. A comida é sobre a família, a comida é sobre a comunidade, a comida é sobre identidade. E nós nutrimos todas essas coisas quando comemos bem.

(Michael Pollan)

RESUMO

Este relatório descreve a fundamentação teórica e as etapas de produção do projeto gráfico/editorial da revista intitulada “Alim: comunicação gastronômica”, desenvolvido como Trabalho de Conclusão do Curso e apresentado à coordenação do curso de Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). O objetivo principal do projeto é desenvolver e divulgar um periódico que percorra a gastronomia do cotidiano, ressaltando a cozinha brasileira e suas tradições. A revista traz consigo matérias e reportagens que permeiam a culinária ancestral, contemporânea e a do futuro. Utilizamos como base teórica os conceitos de jornalismo de revista, gastronomia e jornalismo gastronômico. Sendo assim, o relatório está dividido: introdução, fundamentação teórica, procedimentos metodológicos e as considerações finais. Com a primeira edição da revista, esperamos mudar a forma que os leitores enxergam os alimentos e voltem consequentemente a se conectar com o hábito de cozinhar. A revista está disponível na plataforma Issuu pelo link: https://issuu.com/alimgastronomia/docs/alim_rev

Palavras-chaves: jornalismo de revista; jornalismo gastronômico; revista; gastronomia; Alim.

ABSTRACT

This report describes the theoretical foundation and production stages of the graphic/editorial project of the magazine entitled “Alim: gastronomic communication”, developed as a Course Completion Work and presented to the coordination of the Journalism course at the Federal University of Paraíba (UFPB). The main objective of the project is to develop and publish a periodical that covers everyday gastronomy, highlighting Brazilian cuisine and its traditions. The magazine brings with it articles and reports that permeate ancestral, contemporary and future cuisine. We use the concepts of magazine journalism, gastronomy and gastronomic journalism as a theoretical basis. Therefore, the report is divided into: introduction, theoretical foundation, methodological procedures and final considerations. With the first edition of the magazine, we hope to change the way readers see food and consequently reconnect with the habit of cooking. The magazine is available on the Issuu platform via the link: https://issuu.com/alimgastronomia/docs/alim_rev

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

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Capas de revista Time, Veja e Marie Claire	15
Figura 2 - Site Revista Menu.....	21
Figura 3 - Capa Revista Menu 2018.....	22
Figura 4 - Jornalista Gastronômico	22
Figura 5 - Logomarca ALIM.....	25
Figura 6 –Paleta de cores escolhidas para a revista.....	26
Figura 7 –Tipografia escolhida para usar na revista.....	26
Figura 8 – Estilo de elementos gráficos escolhidos para revista	26
Figura 9 – Entrevista com Luiza Almeida.....	27
Figura 10 – Interface Photoshop.....	28
Figura 11 –Interface Illustrator	29
Figura 12 –Perfil na plataforma Issuu	30
Figura 13 –Perfil no Instragram	30

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	12
2.1 JORNALISMO DE REVISTA	12
2.2. O ATO DE COZINHAR E A GASTRONOMIA	16
2.3 JORNALISMO GASTRONÔMICO	20
3 PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS	24
3.1 PRÉ-PRODUÇÃO	24
3.1.1 <i>Planejamento editorial</i>	24
3.1.2 <i>Planejamento gráfico</i>	25
3.2 PRODUÇÃO	26
3.3 PÓS-PRODUÇÃO	29
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	31
REFERÊNCIA.....	33
APÊNDICE.....	34

1 INTRODUÇÃO

A produção jornalística para revistas traz consigo inúmeras possibilidades criativas, o que se diferencia das mídias tradicionais, pois atrai os mais diversos públicos. Desta forma, a criação da revista intitulada *Alim*, partiu de uma necessidade de se apossar das perspectivas que existem na categoria de revistas. E entrar no mundo da gastronomia, nicho que é constante e expansivo.

A revista *Alim* fala sobre comida, o conceito se encontra com as características apresentadas pelo gastrônomo francês *Jean Anthelme Brillat-Savarin*, que afirma que ao começar a mexer com o fogo o homem deteve uma grande ascensão na sua própria civilização, fazer as refeições de forma cozida é parte de uma rotina biológica, social e cultural.

Ao longo dos séculos, diversos foram os momentos de mudanças em relação à sociedade e a alimentação, antes do período entreguerras (1918-1939), as pessoas ainda cultivam sua própria subsistência. Com a popularização do chamado *American way of life*, um novo modelo de comportamento e consumo surgiu nos Estados Unidos. Os moldes da época deram origem a uma cultura alimentar moderna, recorrendo às diferentes estratégias publicitárias e às comidas enlatadas. Sendo assim, observamos uma desvalorização em relação às comidas e principalmente ao ato de cozinhar. Mas quais as predisposições que contribuíram para isto? Temos que considerar quatro pontos básicos para fazer esta análise: influência da mídia com propagandas e marketing muito agressivos, desconexão com alimentos de qualidade, falta de tempo e principalmente o crescimento da indústria de ultraprocessados. Diante disto, o produto final irá tratar da chamada cozinha tradicional, que desempenha um papel importante na preservação de hábitos culturais.

É perceptível a magnitude do papel da alimentação na construção da identidade biológica e cultural dos indivíduos. A comida tem a autoridade de causar sentimentos únicos, criar conexões e despertar memórias. Reconhecendo tais afirmações, o desenvolvimento da primeira edição da revista *Alim*, é composta por duas reportagens, um artigo de opinião, uma crônica, uma entrevista e uma indicação. Sendo assim, realizamos um plano editorial, que inclui a escolha dos temas de cada matéria jornalística, produção e escrita. Temos como objetivo geral desenvolver uma revista como veículo de comunicação que explore a gastronomia do cotidiano e suas tradições, destacando a cozinha tradicional brasileira. Como objetivos específicos, elaboramos uma linha editorial e gráfica com uma identidade visual coerente, ademais, produzir um conteúdo

relevante para o jornalismo gastronômico que está diretamente ligado ao jornalismo cultural. Diante dessas perspectivas, a Revista Alim surge como um produto novo e diferente.

Este presente relatório intitulado *Alim Comunicação Gastronômica* é composto por esta introdução como primeiro capítulo. No segundo capítulo discorreremos acerca do Jornalismo de revista, O ato de cozinhar e a gastronomia; e Jornalismo gastronômico. Nossa intenção aprofundar a discussão da tríade Jornalismo + Revista + Gastronomia e levantar o conjunto de conceitos e técnicas que perpassam este campo. Melhor dizendo, nesse espaço verificaremos as bases metodológicas para formular uma proposta de pesquisa aplicada em jornalismo, especialmente na revista *Alim Comunicação Gastronômica*.

O terceiro capítulo, demonstraremos como aplicamos tais técnicas, conceitos, instrumentos na produção da *Alim Comunicação Gastronômica*, da pré-produção, produção e pós-produção.

O objetivo geral deste Trabalho de Conclusão de Curso é experimentar a linguagem jornalística, notadamente do veículo revista, ao elaborar a primeira edição da revista ALIM: COMUNICAÇÃO GASTRONÔMICA, tratando dos sabores tradicionais. Como objetivos específicos, a) buscamos conhecer o panorama histórico das revistas; b) refletir sobre a gastronomia e suas transformações; c) analisar revistas que abordam a gastronomia.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo iremos percorrer diferentes temáticas que se complementam na construção e realização do objeto final, uma revista de gastronomia. Temos como primeiro objetivo entender a importância do jornalismo de revista, centrando a argumentação no livro “Jornalismo de Revista”, da escritora Marília Scalzo. Além disso, explorar historicamente a criação de revistas ao redor do mundo e principalmente no Brasil, atentando-se para as diversas camadas que compõem um bom periódico. E assim, observar como se encontra este mercado atualmente.

Ademais, entraremos no mundo da gastronomia para compreender o valor da alimentação no nosso dia a dia, usaremos dois autores para edificar o texto: Jean Anthelme Brillat-Savarin, que escreveu o livro a Fisiologia do Gosto; e Michael Pollan, que escreveu o livro Cozinhar: uma história natural de transformação. Deste modo, perceberemos como a culinária está concentrada nos dias atuais, trataremos das mudanças ocorridas Pós-Segunda Guerra Mundial, para por fim, identificar a gastronomia no seu máximo.

E para finalizar, entenderemos como o jornalismo gastronômico está alocado dentro do jornalismo cultural, utilizando como principal autor Daniel Piza e seu livro Jornalismo Cultural. É neste momento que unimos o jornalismo de revista e a gastronomia, prestando atenção nas nuances que o jornalismo gastronômico digital apresenta, incluindo sites, redes sociais e revistas digitais.

2.1 JORNALISMO DE REVISTA

As revistas exercem um papel significativo quando falamos de jornalismo, diferenciando-se bastante dos jornais impressos tradicionais e outros meios comunicacionais. Por definição, as revistas são uma publicação que tem como principal objetivo informar. Voltando-se para um contexto histórico, o primeiro registro de uma revista é encontrado descrito na cidade alemã de Hamburgo, em 1663, intitulada como Edificantes Discussões Mensais. No livro Jornalismo de Revista (Scalzo, 2014), é destacado que as revistas surgiram com um determinado compromisso, “destinar-se a públicos específicos e aprofundar os assuntos – mais que os jornais, menos que os livros”. Ao longo do tempo e contando com o progresso tecnológico e o crescimento da alfabetização, as revistas ganharam notoriedade no cotidiano das pessoas.

No século XVII, acontece a publicação de algo semelhante ao que chamamos de revistas, essas surgindo na França o *Journal des Savants*; na Itália o *Giornali dei Litterati*;

na Inglaterra o *Mercurius Librarius*. É no século XVII, que surge, pela primeira vez, o termo *magazine*, com a *The Gentleman's Magazine e Ladies Magazine*, na Inglaterra e por fim, nos Estados Unidos, com a *American Magazine e General Magazine* (Scalzo, 2014). No século XIX, as revistas já eram consideradas pontos centrais com publicações importantíssimas e têm como exemplo a *Scientific American e National Geographic Magazine*.

No século XX, destaca-se o lançamento da revista *TIME*, por Briton Hadden e Henry Luce, este sendo um marco muito relevante para o que percebemos de jornalismo de revista hoje em dia. O objetivo da publicação era trazer informações semanais do mundo, ordenadas em seções e com notícias bem aferidas. Ao longo do tempo, mudanças foram feitas e diversos recursos acrescentados, como por exemplo, a fotografia. Sendo assim, o modelo de publicação da revista *TIME*, passou a ser utilizado em todo o mundo. Ademais, é a partir deste século que se inicia a segmentação editorial, momento em que as mais diferentes classificações de revistas vêm surgindo.

Inclinando-se para conjuntura nacional, existe uma série de revistas consideradas um marco nesse tipo de publicação. É importante frisar que ao longo dos séculos e anos, as revistas desempenharam papéis importantes no jornalismo do Brasil, mas principalmente, elas se reinventaram com o tempo. As mudanças ocorridas foram necessárias para termos os periódicos que conhecemos atualmente. A tabela a seguir traz alguns desses nomes marcantes e o ano de publicação.

Tabela 1 - Revistas Brasileiras

NOME	ANO
<i>As Variedades ou Ensaíos de Literatura</i>	1812
<i>O Patriota</i>	1813
<i>Anais Fluminenses de Ciências, Artes e Literatura</i>	1822
<i>O Propagador das Ciências Médicas</i>	1827
<i>Espelho Diamantino</i>	1827
<i>Museu Universal</i>	1837
<i>A Marmota na Corte</i>	1849
<i>Semana Ilustrada</i>	1864
<i>Revista da Semana</i>	1900
<i>Tico-tico</i>	1905
<i>O Cruzeiro</i>	1928
<i>Manchete</i>	1952
<i>Capricho</i>	1952
<i>Senhor</i>	1960
<i>Realidade</i>	1966
<i>Veja</i>	1968
<i>Exame</i>	1971

Fonte: Livro Jornalismo de Revista. Marília Scalzo. 2014

Dentre as revistas citadas anteriormente, precisamos nos dispor a perceber a contribuição que a revista *O Cruzeiro* trouxe para o jornalismo nacional. De acordo com Leoní Serpa (2008, p.172) “A implementação de uma nova forma de fazer jornalismo, antes nunca utilizada pela imprensa da época, valorizou a reportagem, o uso da caricatura, da pintura, da fotografia, explorada de uma nova ótica, colorida, ressaltando a fotojornalismo”. Detendo como sua principal referência a revista estadunidense *Life*, a linha editorial da revista brasileira tinha como principal diferencial: moda, cinema, esportes, crônicas, entre outras características. Assim, podemos afirmar que este padrão de diagramação conhecido nos periódicos atuais, possui como ponto de partida o ano de 1928.

As revistas detêm uma complexidade acerca da comunicação, é um veículo com capacidade de penetrar mais profundamente em matérias. Neste contexto, o jornalista dispõe de um prazo maior para revisar informações, dados, imagens e revisar principalmente o próprio tema abordado. Em virtude disto, é correto afirmar que o jornalismo opera de maneira específica segundo o veículo.

A matéria de revista é geralmente uma reportagem descompromissada com o factual e com os acontecimentos rotineiros, objetivando muito mais uma interpretação dos fatos e a análise de suas consequências, pois raramente pode ou procura oferecer novidades no sentido do que é assegurado pelas emissoras de televisão, de rádio e pelos jornais (Lustosa, 1996, p. 104 apud Azubel, 2013, p.13).

Tratando-se do sistema que compõe uma revista, é necessário entender a imensa complexidade comunicacional, que vai muito além de palavras e imagens bem-organizadas. As revistas retratam assuntos com maior amplitude, diferente de um jornal diário, por exemplo. Dessa forma, estas publicações, de conteúdo mais literário e opinativo, atendem o desejo do consumidor final, mas destacando uma possível independência dos jornalistas na produção do conteúdo. Sendo assim, esta independência ocorrida nas redações de uma revista, não harmoniza com a imparcialidade que muitos veículos jornalistas utilizam, desta forma, todo texto interpretativo carrega consigo uma inclinação. (Vilas Boas, 1996).

O processo da produção de uma revista é dado com base, primeiramente, na forma que o jornalista deseja se comunicar. O meio mercadológico que esses periódicos se encontram, é um ambiente que identifica e compreende o seu leitor, a análise de público-alvo que as revistas realizam é ponto crucial para tamanho sucesso, com um papel que

vai além de informar. Tratando-se do produto em si, a narrativa presente nas revistas possui sua particularidade, passando pela profundidade observada, diversidade e o impacto duradouro. Sem dúvidas, a capa de uma revista é a condensação perfeita das características citadas anteriormente.

Figura 1 – Capas de revista Time, Veja e Marie Claire



Fonte- Revista Time/ Revista Veja/ Revista Marie Claire

Dessa forma, a capa precisa ser uma síntese sedutora em cada edição, é como um mostruário para a satisfação do leitor (Scalzo, 2014). Podemos até mesmo fazer um paralelo com as redes sociais, se anos atrás as capas de revistas eram consideradas uma vitrine para o seu público-alvo, hoje em dia as mídias digitais, mais especificamente os posts, são as melhores exposições que um jornalista pode ter. Ademais, é fundamental perceber que a revista também é composta por: um design comunicacional, matérias relevantes, fotografias de qualidade e uma infografia bem feita.

Entendido isso, como está o cenário de jornalismo de revista hoje em dia? Os impactos e desafios são muitos. Atentando-se para a conjuntura tecnológica moderna, a internet cessou o comprometimento das revistas impressas existentes há décadas atrás, um exemplo disso é que no ano de 2018, o Grupo Abril anunciou o fechamento¹ de diversos títulos. Isso não significa que todas as revistas desapareceram, todavia, muitas delas tiveram que se adaptar à versão digital. Como foi visto no início do capítulo, as revistas também nasceram da necessidade de explorar conhecimentos de uma forma mais

¹Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2018/08/06/grupo-abril-anuncia-fechamento-de-diversos-titulos.ghtml> / Acesso em: 29 ago. .2023

ampla e com mais tempo de apuração, o que de certa maneira vai contra a instantaneidade propagada na internet.

É notório que as revistas são produtos revolucionários, as transformações sempre ocorrem quando o assunto são esses periódicos. Na atualidade, lidamos com as chamadas revistas digitais, que são publicações eletrônicas com conteúdo no formato de revistas, porém, acessadas diretamente dos dispositivos móveis. Dentro desta publicação eletrônica contamos com a multimídia, podendo criar narrativas ainda mais diferenciadas. O uso das mídias digitais permite uma maior interatividade e proximidade entre os jornalistas e os leitores, além de possibilitar a produção de conteúdo mais dinâmico. Segundo Jenkins (2006), a cultura da convergência é um fenômeno em que a tecnologia tem criado formas de interação e de produção de conteúdo, que têm afetado a indústria e o comportamento dos consumidores. É um tipo de formato muito eficiente, que consegue consolidar todo o processo comunicativo, a transmissão da informação alcança o leitor final. Vale salientar que as mídias em geral, estão se atualizando muito rápido, provocando assim uma dificuldade na transição do jornalismo de revista.

A revista Piauí² é um grande exemplo da cultura da convergência neste meio, com uma abordagem diferenciada. Esta revista tem como destaque o seu jornalismo literário, com um estilo único de narrativa, onde conta com reportagens investigativas, perfis aprofundados, crônicas e ensaios, tudo isso desenvolvido na ótica da sociedade brasileira. Precisamos destacar que além do jornalismo impresso, a revista Piauí trabalha seu conteúdo online de uma forma exemplar, dentro das redes sociais, canal de Youtube e conteúdo de podcast.

Por fim, o jornalismo de revista é uma peça essencial na construção da comunicação mundial, embora tenha existido, apesar da grande evolução que vem passando. As diversidades encontradas nessas publicações ultrapassam o perfil informativo. Podemos afirmar que a longevidade é a chave desta mídia, isso significa que as histórias publicadas influenciam um debate público por um período ainda mais longo.

2.2. O ATO DE COZINHAR E A GASTRONOMIA

² Revista independente criada em 2006, que trata de diversos temas. O formato de conteúdo vai desde a revista impressa e digital, para assinantes, até reportagens abertas, podcast e redes sociais. O conteúdo é hospedado no site da Folha e a assinatura agenciada pela Editora Abril. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/sobre-nos>. Acesso em: 06 set. 2023

(Brillat- Savarin, 1825) defende que obtivemos um avanço na civilização ao ensinar o homem mexer com fogo e consequentemente cozinhar seus próprios alimentos. A gastronomia como conhecemos passou por inúmeras mudanças no decorrer do tempo. Se no século passado, as pessoas cultivavam seu próprio alimento, atualmente a cultura alimentar é completamente inexistente, especialmente nos grandes centros urbanos. Mas o que de fato podemos definir por gastronomia? No livro *a Fisiologia do Gosto*, (Brillat-Savarin, 1825), destaca o conceito de gastronomia com base nas perspectivas do que seria comer e beber corretamente.

Para de fato entender o que é a gastronomia, precisamos compreender a importância do ato de cozinhar. Ao longo dos séculos, cozinhar refeições passou a fazer parte da rotina biológica, social e cultural dos seres humanos. Posto isto, o ato de cozinhar consolidou-se, também, com uma dimensão afetiva indubitável. Sobre esse tipo de cozinha, podemos afirmar:

É muito comum associarem a Culinária Afetiva somente ao passado, mas a verdade é que não paramos de produzir esses conteúdos mentais e psicológicos ao longo da nossa vida. Culinária afetiva é a que afeta, tal como sugere a raiz etimológica da palavra, mas também causa efeito, modificando e adensando a nossa relação com a comida. (Lutti, 2021, p.21)

É perceptível a magnitude do papel da alimentação na construção da identidade biológica e cultural dos indivíduos. A comida tem a autoridade de causar sentimentos únicos, criar conexões e despertar memórias.

Logo após a Segunda Guerra Mundial as formas de consumir alimentos mudaram drasticamente, antes deste momento histórico, os homens ainda semeavam seu próprio alimento. Depois dessa época, com o *american way of life*³, as estratégias publicitárias construíram uma cultura alimentar “moderna”, pautada na difusão de um novo paradigma, baseado na confiança na indústria alimentícia e farmacêutica, essas contendo total controle do corpo humano. Apesar disso, é importante salientar, que a cozinha e o ato de cozinhar transcendem o espaço físico que estamos acostumados no cotidiano, o que se liga totalmente com o que entendemos por gastronomia. Ter regras a serem seguidas, que por sua vez refletem, consequentemente, mudanças culturais e sociais.

Dessa forma, a gastronomia é um resultado de ações culturais próprias, que abrangem a construção do alimento como comida (Collaço, 2013). Sendo assim, a

³ Modelo de comportamento surgido nos Estados Unidos após a Primeira e Segunda Guerra Mundial. Tem como base um modo de vida baseado no consumismo, padronização social e os valores liberais.

gastronomia está completamente ligada com o que a cozinha do dia a dia. Entretanto, esta apresenta novas formas de consumir o alimento, antes utilizados de maneira menos despretensiosa.

Atualmente, notamos uma escalada no que conhecemos como *fast food* e um enfraquecimento de comidas reais, feitas em casa, a pressa está tomando conta da vida das pessoas e os congelados são peças essenciais para sobreviver neste novo contexto. Mas a que custo vale sobreviver repleto de doenças crônicas ligadas à alimentação? No livro *Cozinhar: uma história natural de transformação*

A crescente distância que nos separa de qualquer envolvimento físico direto com o processo que transforma a matéria-prima extraída da natureza numa refeição preparada está mudando nossa compreensão do que vem a ser comida. De fato, a ideia de que a comida possa ter algum vínculo com a natureza, com o trabalho humano ou com a imaginação não é nada óbvia quando ela chega inteira dentro de uma embalagem. Os alimentos se tornam apenas mais uma mercadoria, uma abstração. E, assim que isso acontece, viramos presas fáceis para corporações que vendem versões sintéticas da coisa verdadeira — o que chamo de substâncias comestíveis semelhantes a alimentos. Acabamos tentando nos nutrir de imagens. (Pollan, 2014, p.18)

Sendo assim, hoje em dia, existe uma visão deturpada do que é comida, a abundância de embalagens carregadas de cores e alimentos hiper palatáveis, traz ao ser humano um distanciamento com o natural. A disponibilidade de iguarias ultra processadas e um ritmo de vida extremamente acelerado são desafios a serem batidos. Voltando-se para o ato de cozinhar, temos que levar em consideração alguns pontos:

- Saúde;
- Tradição Cultural;
- Criatividade;
- Consolidação de relações afetivas.

Reafirmando o primeiro ponto: a saúde do corpo humano está diretamente ligada aos alimentos que são ingeridos. É através do consumo de comidas nutritivas que nos prevenimos de doenças crônicas, doenças cardiovasculares, entre outras. A Organização Mundial da Saúde (OMS), traz uma definição de alimentação saudável⁴, eles declararem publicamente que esse tipo de alimentação tem cinco princípios básicos: limitar a ingestão de açúcares refinados; mudar o consumo de gordura das gorduras saturadas para as insaturadas e eliminar as gorduras trans presente na indústria; limitar o consumo de sódio e garantir que o sal seja iodado; aumentar o consumo de grãos inteiros, vegetais, frutas, nozes e leguminosas; garantir a disponibilidade de água potável gratuita e segura.

⁴ Disponível em: <https://www.forumdcnts.org/post/dieta-saudavel-oms>. Acesso em: 15 set. 2023

Temos que considerar que a comida, hoje em dia, não é somente sobre nutrição e biologia, mas também, é sobre prazer, comunidade, espiritualidade e identidade. A premissa que os alimentos dizem respeito primeiramente à saúde do corpo, é relativamente nova (Pollan, 2008), a adequação de uma vida inteira pautada na nutrição, afasta as pessoas da tradição cultural, criatividade na cozinha e também, a consolidação de relações.

O fato de convivermos diariamente com alimentos in natura⁵, processados⁶, e ultra processados⁷, trazem uma certa confusão para o cérebro, a fobia de comidas é uma realidade atual. Todavia, temos que nos ater a necessidade do corpo e compreender que a comida também é prazer, diversão e convivência.

Mas por que precisamos percorrer tantos questionamentos para falar de gastronomia? Em sua origem, a palavra gastronomia advém do grego, com a união da palavra ‘gaster’ que quer dizer ‘estômago’ e ‘nómos’, que significa ‘leis que governam’. Além disso, o primeiro registro da palavra gastronomia, aconteceu na França, em um poema de Joseph Berchoux, em 1801. Dessa forma, a gastronomia francesa tornou-se uma referência mundial. Apesar do nome sofisticado e um tanto distante do cotidiano, gastronomia nada mais é que a arte da culinária.

Temos conhecimento do poder desta arte e das inúmeras mudanças que ela trouxe ao mundo, a partir do momento da descoberta do fogo e a importância de cozinhar os alimentos, até as modificações alimentares efetivadas em momentos pós-guerras mundiais, ademais, a gastronomia é um ato político. Quando caracterizam a gastronomia em baixa e alta, manifesta-se uma problemática política e social, isso simplifica demais a complexidade gigantesca que é a culinária e a cultura alimentar em todo o mundo. De modo geral, existe um juízo de valor para rotular as gastronomias, insinuando que uma forma é superior a outra, desvalorizando pratos tradicionais de culturas menos privilegiadas. Além disso, reforça uma desigualdade voltada para a questão financeira, onde pessoas com menos condições econômicas não frequentam os lugares mais caros.

No livro *Em defesa da comida*, de Michael Pollan afirma: “minha luta aqui é em prol da saúde e da felicidade diante do que comemos”, dessa forma, devemos defender a

⁵ Alimentos obtidos diretamente de plantas e animais sem ter sofrido nenhuma alteração

⁶ Alimentos fabricados pela indústria com a adição de sal, açúcar ou produto que torne os alimentos mais durável.

⁷ Alimentos que passam por grande quantidade de processos na indústria e com ingredientes poucos conhecidos para durar mais. Possuem baixo custo e pouco valor nutricional.

importância de escolher alimentos não apenas buscando os seus nutrientes, mas também aqueles alimentos que são fonte de bem-estar físico e emocional.

2.3 JORNALISMO GASTRONÔMICO

A princípio, é necessário constatar que a gastronomia ganhou bastante destaque no jornalismo cultural. No livro *Jornalismo Cultural* (Piza, 2003) presenciamos que ocorreu uma grande modificação no jornalismo, no final do século XIX, com o gênero da crítica cultural feita nos periódicos (Piza, 2013). A convergência entre o jornalismo cultural e a gastronomia é vista a partir do momento que a alimentação se torna peça essencial na compreensão da cultura de um determinado povo.

Consistindo na cobertura dos assuntos relacionados à culinária, o jornalismo gastronômico visa informar os leitores sobre as tendências, novidades e curiosidades na área. Ademais, apresentar dicas de receitas, resenhas de restaurantes e entrevistas com chefs renomados.

Concentrar-se no estudo de jornalismo gastronômico não é uma tarefa fácil, uma vez que não existem diversas obras orquestradas sobre tal assunto. Apesar disso, os artigos e textos que tratam sobre essa especialização se debruçam sobre a análise dos gêneros crítica e crônica.

Existe um tráfego de informação quando o assunto é jornalismo gastronômico e traz um crescimento da cultura que está inserido. Ao longo dos anos, o interesse para saber mais sobre gastronomia aumentou e conseqüentemente o surgimento de jornalistas desses gêneros também. Todavia, a internet e a liberdade acrescentada a ela possibilitou o aparecimento dos chamados *influencers* de comida.

Ele não precisa ter conhecimento na área e nem de fato endossar o que fala (muitos acordos são apenas comerciais), mas fato é que auxiliam bastante na divulgação de casas e novos produtos. Sua eficácia é tão grande que há estabelecimentos que, na inauguração, apresentam a experiência primeiro para influencers, em uma noite exclusiva, e na sequência, recebem mídia. Só então, depois de receber feedbacks desses dois públicos, abrem para a clientela. (Rochadel, 2020, p.85)

Como em qualquer outra vertente do jornalismo, as redes sociais transformaram a forma de consumir informações. O jornalismo crítico gastronômico desempenha um papel central ao informar, educar, inspirar e moldar, possuindo credibilidade e técnicas.

A proliferação desses influenciadores trouxe a tona preocupações acerca da falta de profundidade das análises, que ocorrera principalmente no formato de vídeos. Apesar disso, hoje em dia, ainda existem diferentes produções de conteúdo voltado para o jornalismo gastronômico, entre elas sites, revistas, redes sociais. A Figura 2 mostra o site da Menu, revista fundada em 1988 que foi pioneira ao trazer este olhar mais aprofundado da culinária brasileira. O conteúdo fica hospedado no site da IstoÉ e está dividido em: receitas, notícias, bebidas e testes gastronômicos.

Figura 2 - Site Revista Menu



Fonte- Site Menu ⁸

Já a Figura 3 revela a capa digital da última edição da Revista Menu encontrada na internet, do ano de 2018. As revistas Menu digitais são encontradas no site Issuu, no perfil da Editora 3. Hoje em dia as revistas online oferecem um conteúdo similar aos das revistas impressas, com artigos, reportagens, imagens e anúncios. A diferença está no formato da leitura feita em tablets, celulares e computadores, que traz maior acessibilidade nestes dispositivos.

⁸ Disponível em: <https://revistamenu.com.br/> . Acesso em: 16 set. 2023

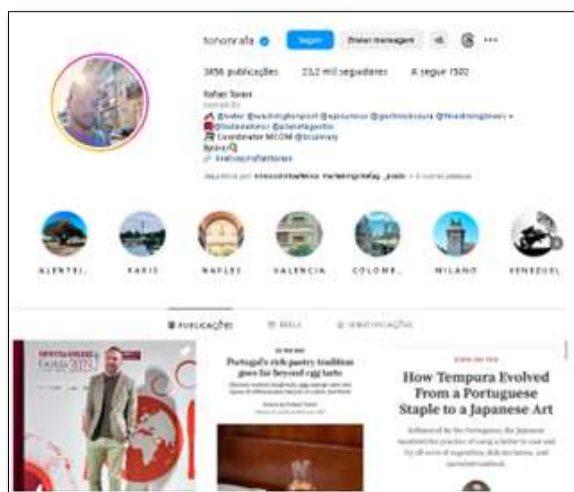
Figura 3 - Capa Revista Menu 2018



Fonte- Issuu Editora 03⁹

Na figura 4, observamos a importância de se ter um perfil nas redes sociais para divulgar o trabalho no jornalismo gastronômico. Rafael Tonon tem cerca de 25 mil seguidores e divulga publicamente as suas críticas e crônicas.

Figura 4 - Jornalista Gastronômico



Fonte- Instagram @tononrafa¹⁰

Os exemplos citados anteriormente representam uma visão atual e bastante singular do fazer jornalismo gastronômico na era da tecnologia. A revista Menu, foi fundada em 1988 e é a pioneira a trazer este olhar mais aprofundando da culinária no Brasil. Atualmente, conta um com blog que traz diferentes informações sobre comida e gastronomia mundial e as publicações das revistas até o ano de 2019 podem ser visualizadas na página da Editora 311.

⁹ Disponível em: https://issuu.com/editora3/docs/menu_20190717_235 . Acesso em: 14 set. 2023

¹⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/tononrafa/> Acesso em: 14 set. 2023

¹¹ Disponível em: <https://issuu.com/editora3>. Acesso em: 14 set. 2023

A presença digital sólida que a marca atingiu com o passar do tempo é de imensa necessidade para manter a relevância. Além disso, trata-se de um maior alcance, visibilidade, flexibilidade de conteúdo e feedback imediato. Ademais, o perfil do jornalista Rafael Tonon é uma vitrine para o trabalho tão vasto do jornalista. Inclusive, o mesmo foi considerado o melhor jornalista gastronômico de 2023, pelo Guia Identità Golose. Nas redes sociais, Tonom publica suas viagens gastronômicas.

Portanto, o jornalismo gastronômico está em constante evolução, acompanhando seja ela escrita, audiovisual entre outras formas.

3 PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS

3.1 PRÉ-PRODUÇÃO

O processo de pré-produção foi marcado pela fase da pesquisa documental, para definir a fundamentação teórica. Foram analisados artigos, livros, revistas, sites e teses sobre o tema, sendo escolhidos como principais autores: Marilia Scalzo, Jean Anthelme Brillat-Savarin, Michael Pollan e Daniel Piza. Além disso, examinei as principais revistas de gastronomia do Brasil: Prazeres da Mesa, Revista Menu e Revista Gula. Esta pesquisa foi de imensa importância para compreender os elementos essenciais para a construção de uma revista gastronômica.

Além disso, foram definitivos os recursos imprescindíveis para a construção técnica e editorial da primeira edição da Revista de Gastronomia Alim. Também, produzi a pauta das duas principais matérias que compõem o periódico: Valores Culturais e afetivos: a importância da cozinha tradicional; A vida culinária em dois extremos; Sabores Populares: Entrevista com o membro do Slow Food. E a pesquisa científica para elaboração do artigo de opinião: O Futuro da Culinária no mundo, e a investigação para encontrar os perfis em diferentes redes sociais para o quadro de dicas.

Tratando-se da pré-produção das entrevistas, a primeira a ser agendada foi com o Chef Vitor Vasconcelos, professor de gastronomia da Universidade Federal da Paraíba. Logo após foram agendadas as com a psicóloga Zayra Tomaz e o nutricionista Lucas Cardoso, ambas realizadas de forma online no dia 15 de setembro. E então, a com o membro do Slow Food na Paraíba, Adilson Santana. Com a historiadora Ana Francisca, acontecida online no dia 7 de outubro e a jornalista Tatiana Ramalho, que respondeu por e-mail no dia 10 de outubro. Também foi marcado a visita ao Restaurante Dona Lu, no dia 01 de outubro, para realização de uma entrevista e fotografias.

3.1.1 Planejamento editorial

O projeto editorial da atual publicação iniciou-se com a definição do nome, a Revista Alim foi pensada estrategicamente, pois é formada pelas quatro primeiras letras das palavras alimentos/alimentação, sendo este, consequentemente, o foco principal do periódico. Nesta primeira edição o objetivo é trazer a culinária afetiva para o olhar das pessoas e discutirmos a importância de comer bem. Fundamentalmente, a missão editorial deste projeto é reunir leitores fascinados por uma gastronomia mais tradicional.

O público-alvo é composto por pessoas com um interesse particular por culinária e que valorizam a dimensão emocional da comida. A revista vale-se de conteúdos sucintos e produzidos com uma linguagem mais fácil que abrange uma escrita mais literária.

Por ser uma revista de gastronomia, as matérias não foram divididas em editorias. Todavia, está delimitada em: Reportagem de Capa; Reportagem Secundária; Artigo de Opinião; Entrevista; Crônica; Dicas. Com essas informações o planejamento editorial foi criado.

3.1.2 Planejamento visual

A identidade visual começou com a criação do logo para compor a capa da revista, sendo assim, utilizando um anagrama do nome "Lima", a ideia principal veio mediante a uma essência familiar, nome da minha avó materna, além de ser a inicial das palavras alimentação/alimento, foco da publicação. Com a forma da laranja no canto superior e a mesma cor, para dar cor e sentindo. A fonte usada: Panama Ligth.

Figura 5 - Logomarca ALIM



Fonte: Revista Alim. Elaboração Própria 2023

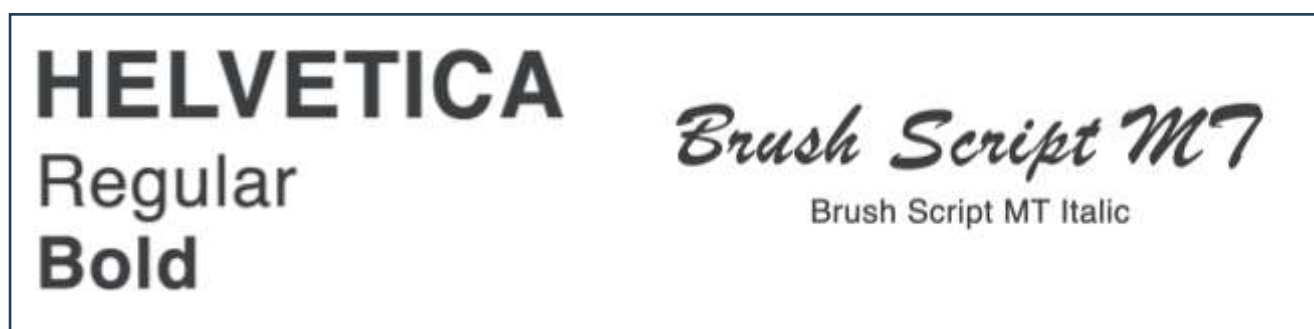
As cores escolhidas para integrar o corpo da revista foram tons mais vivas, que vão deste amarelo até um verde terroso. A tipografia foi pensada para passar mais credibilidade e conforto para o leitor. Também foram inseridos determinados elementos gráficos, como ilustrações de alimentos, obtidas através de bancos de imagens gratuitos.

Figura 6 –Paleta de cores escolhidas para a revista



Fonte: Photoshop.

Figura 7 –Tipografia escolhida para usar na revista



Fonte: Site DaFont

Figura 8 – Estilo de elementos gráficos escolhidos para revista



Fonte: Site Freepik

3.2 PRODUÇÃO

O processo de produção foi marcado pela realização das entrevistas que compõem o corpo editorial da revista. A primeira entrevista foi feita com o Chef Vitor Vasconcelos, de forma presencial. A entrevista com a psicóloga Zayra Tomaz, o nutricionista Lucas Cardoso e a historiadora Ana Francisca e Tatiana Ramalho aconteceram de forma online, as perguntas foram enviadas e respondidas um dia depois. E o encontro com o membro do Slow Food na Paraíba, Adilson Santana, também ocorreu presencialmente, em uma feira de orgânicos. A conversa com a empreendedora Luiza Amaral, aconteceu em Barra de Camaratuba, em seu restaurante, onde também foram feitas as fotografias da matéria principal.

Figura 9 – Entrevista com Luiza Almeida



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Logo após apurar todas as informações necessárias, iniciou-se o procedimento mais complexo, escrever todas as matérias. A primeira a ser escrita por completa foi a entrevista sobre saberes tradicionais na culinária. Além disso, escrevi uma crônica (E no final de tudo cozinhar continua sendo minha melhor terapia), o artigo de opinião (O futuro da Alimentação), dicas de perfis e por fim, a reportagem de capa (Valores Culturais e Afetivos: a importância da cozinha tradicional). Vale ressaltar, que também foi preciso escrever elementos essenciais para uma revista: sumário, editorial e expediente.

As fotografias principais foram feitas com uma câmera Nikon d3100, por mim mesma, em especial as fotos da capa, matéria principal, da entrevista e da crônica. Optei por um estilo de fotos que lida com a textura, cores e composição dos alimentos. A

iluminação foi um bastão de luz com bateria embutida e um tripé K&F Concept. Além disso, nas matérias extremos alimentares, valores culturais e afetivos e alim indica, foram utilizados imagens e banco de imagens.

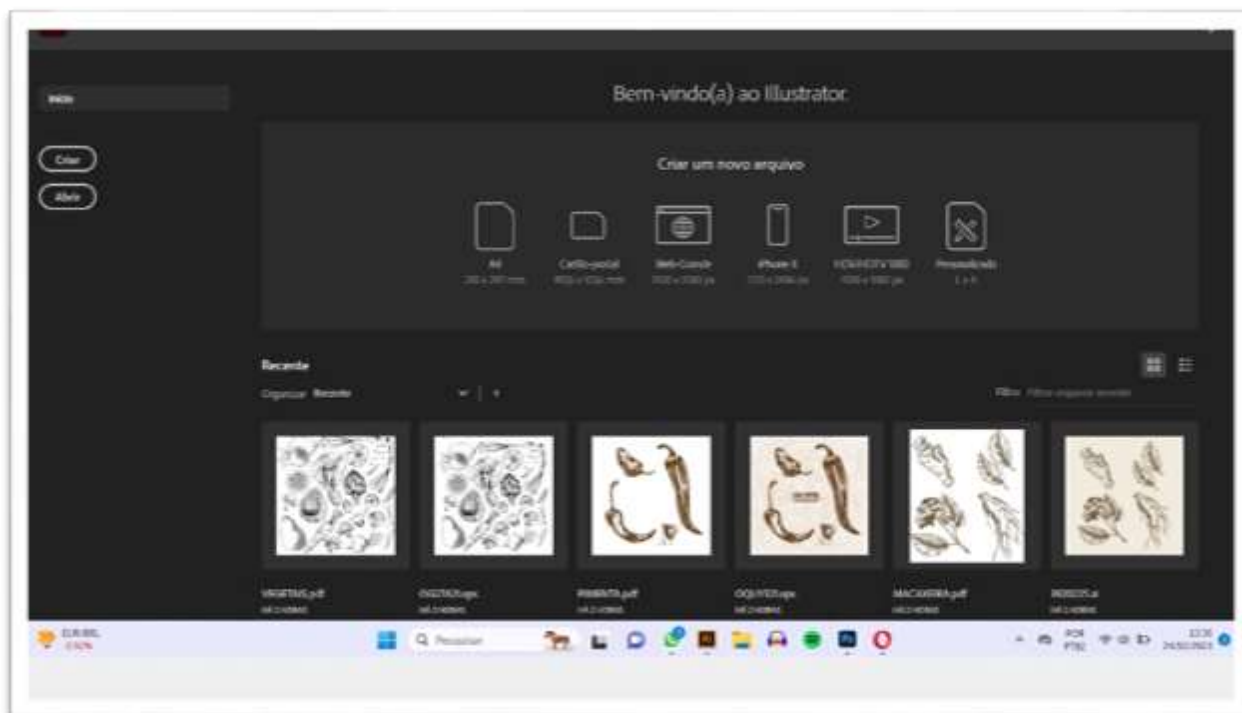
Com todas as produções escritas, iniciou-se o processo de diagramação. A editoração foi feita pela estudante de jornalismo e designer gráfica Beatriz Silva. Tive uma primeira reunião com ela no dia 10 de outubro, onde discutimos toda a parte artística e principais referências para compor a revista. Os softwares usados para produzir a publicação foram o Adobe Photoshop e Adobe Illustrator.

Figura 10 – Interface Photoshop



Fonte: Revista Alim, 2023

Figura 11 –Interface Ilustrador



Fonte: Revista Alim, 2023

A primeira versão da revista foi entregue no dia 23 de outubro, assim, discutimos as mudanças que deveriam ser feitas, em questão de cores e estrutura. As alterações pedidas à designer foram efetuadas e no dia 24 de outubro entregues como a segunda versão da publicação. Fiquei com o arquivo para fazer as alterações necessária, como edição de fotografia e edição de textos. Posto isto, a revista ficou totalmente pronta no dia 29 de outubro de 2023.

3.3 PÓS-PRODUÇÃO

A pós-produção ficou marcada pelo estudo das plataformas e ferramentas que serviram de postagem e distribuição da revista Alim. Sendo assim, optei por depositar no site Issuu, uma plataforma gratuita de publicação online, recriando digitalmente a folheação das páginas de uma revista física. Devido a interface de fácil uso, possui um compartilhamento fácil e também apresentar as métricas e estatísticas em detalhes de cada publicação.

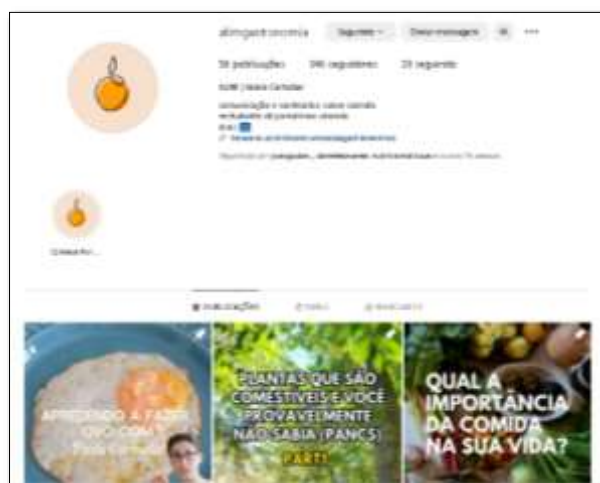
Figura 12 –Perfil na plataforma Issuu



Fonte: Revista Alim, 2023

Além disso, será divulgada no perfil de Instagram da marca, onde são divulgados os mais diferentes conteúdos sobre comida, entre eles receitas e informações. Vale ressaltar, que a o perfil nesta rede social, existe a cerca de um ano. Link: https://www.instagram.com/p/CzoY8cnOsMC/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFiZA==

Figura 13 –Perfil no Instagram



Fonte: Instagram @alimgastronomia

A revista foi publicada no dia 30 de outubro e pode ser vista pelo link: https://issuu.com/alimgastronomia/docs/alim_rev

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este relatório é resultado de uma série de pesquisas e estudos para a criação de um produto bem definido e exato. De certa forma, a elaboração da Revista Alim iniciou-se com os aprendizados adquiridos nas disciplinas de editoração e programação visual e jornalismo impresso. E também, no primeiro momento que fui apresentada às inúmeras possibilidades que a gastronomia traz na vida dos seres humanos. Através da comunicação pude demonstrar todo o apreço que tenho pela cozinha afetiva tradicional.

Quando falamos de revistas, é perceptível o papel significativo que ela possui dentro do jornalismo, diferente de outros meios de comunicação, pois possibilita o uso dos mais diversos recursos criativos e inovadores. Assim, o nascimento desta publicação partiu de uma necessidade pessoal de exteriorizar todas as possibilidades de criatividade que existem dentro da categoria de revistas. Entendo que existe uma coincidência comunicacional entre o jornalismo e a gastronomia, ambos têm como base se comunicar, cada um com sua maneira. E no final das contas, a revista Alim me permitiu usufruir destas duas paixões, com a intenção de demonstrar a cultura brasileira.

No processo de produção, pude escolher tudo da maneira que sempre sonhei, desde o estilo das fotografias, tipografia, cores, escrita, diagramação e design. Também conversei com pessoas que não acrescentaram conhecimento somente na revista, mas na minha visão de mundo. Percebi a importância de estar em contato e conhecer de onde vem os alimentos que consumimos.

É necessário falar da convergência do jornalismo, uma prática que envolve a integração de diferentes plataformas de mídia para alcançar um público mais amplo e engajado. Dessa forma, criei uma presença em plataformas como Instagram e TikTok, e uma estratégia inteligente, pois cada uma delas tem seu próprio público e estilo de conteúdo. Podendo assim, divulgar a revista Alim para mais pessoas.

Apesar da certeza de fazer uma revista desde o início, existiram inúmeros desafios, o principal deles na questão da diagramação e também a realização das fotografias, pois

me sentia insegura em relação à qualidade e a minha real capacidade. Felizmente, a diagramação foi terceirizada e as fotografias supriram minhas expectativas.

Por fim, a criação da *Alim* representa um passo na minha jornada profissional pelo jornalismo gastronômico, pois é uma área que desejo atuar. Além disso, é uma revista que abre espaço para todos que amam cozinhar ficarem ainda mais apaixonados pela prática, e as pessoas que ainda não reconhecem a importância deste ato, em rever suas percepções.

REFERÊNCIAS

ALIM GASTRONOMIA. **Perfil Jornalístico**. João Pessoa, 07 set.2023. Instagram: @alimgastronomia. Disponível em: <https://www.instagram.com/alimgastronomia/t>. Acesso em: 25 out.2023.

AMARAL, R. M. Virada gastronômica: como a culinária dá lugar à gastronomia no jornalismo brasileiro. *Esferas*, n. 15, p. 56-66, 21 nov. 2019.

AZUBEL, Larissa Lauffer Reinhardt. Jornalismo de revista: um olhar complexo. *RuMoRes*, v. 7, n. 13, p. 257-274, 2013.

BOAS, Sergio Vilas. **O estilo magazine: o texto em revista**. São Paulo: Summus Editorial, 1996.

BRILLAT-SAVARIN, Jean-Anthelme. **A fisiologia do gosto**: São Paulo. Companhia das letras, 2019.

COLLAÇO, Janine Helfst Leicht. Gastronomia: a trajetória de uma construção recente. *Revista Habitus-Revista do Instituto Goiano de Pré-História e Antropologia*, [S.l.], v. 11, n. 2, p. 203-222, 2013.

DAFONT. Baixar fontes, 2014. Página Inicial. Disponível em: <https://www.dafont.com/pt/>. Acesso em: 24 out. 2023.

Definição de alimentação saudável pela Organização Mundial da Saúde. *In:FORUMDCNTs*, 2021, São Paulo, Anais Eletrônicos [...] São Paulo. Disponível em: <https://www.forumdcnts.org/post/dieta-saudavel-oms>. Acesso em: 15 set. 2023

FREEPIK. Baixe gratuitamente videos, vetores, fotos, psds, 2015. Página Inicial. Disponível em: <https://br.freepik.com/> . Acesso em: 24 out.2023.

FREIXA, Dolores; GUTA, Chaves. **Gastronomia no Brasil e no mundo**. São Paulo: Senac São Paulo, 2017.

Grupo Abril anuncia fechamento de diversos títulos. **G1**, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2018/08/06/grupo-abril-anuncia-fechamento-de-diversos-titulos.ghtml>. Acesso em: 29 de ago. de 2023. Acesso em: 05 de set. 2023

ILLUSTRADOR. Versão 28.0. Estados Unidos, 01 out. 2022. Disponível em: <https://helpx.adobe.com/br/illustrator/using/whats-new.html> . Acesso em: 20 out. 2023.

ISSUU. Menu 235 by Editora 3, 2019. Revista Digital Menu. Disponível em: https://issuu.com/editora3/docs/menu_20190717_235. Acesso em: 25 set. 2023.

ISSUU. Editora3, 2010. Perfil Oficial.Disponível em: <https://issuu.com/editora3>. Acesso em: 14 set. 2023.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2015.

LUSTOSA, Elcias. **O texto da notícia**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1996.

LUTTI, Jane. **Ensaio sobre a cozinha afetiva**. São Paulo: Editora Labrador, 2021.

MARIA DO AMARAL, Renata. *Gastronomia: prato do dia do jornalismo cultural*. 2006. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Pernambuco.

MARIE CLAIRE. Se importa para mulher, está na Marie Claire, 2018. Página Inicial. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/> . Acesso em: 05 de set. 2023.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Editora contexto, 2003.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Editora Contexto, 2007.

POLLAN, Michael. **Cozinhar: uma história natural de transformação**. São Paulo: Editora Intrínseca, 2014.

POLLAN, Michael. **Em defesa da comida**. São Paulo: Editora Intrínseca, 2008.

PHOTOSHOP. Versão 24.x. Estados Unidos, 29 set 2022. Disponível em: <https://helpx.adobe.com/br/photoshop/using/whats-new/2023-2.html> . Acesso em: 20 out. 2023.

REVISTA MENU, 2018. Página Inicial. Disponível em: <https://revistamenu.com.br/> . Acesso em: 05 de set. 2023.

REVISTA PIAUÍ. Pra quem tem um parafuso a mais, 2018. Sobre nós. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/sobre-nos> . Acesso em: 06 set. 2023.

SERPA, Leoní. A contribuição de O Cruzeiro para com o jornalismo brasileiro (1928-1945). Intercom–Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. In: V Congresso Nacional de História da Mídia–São Paulo–31 maio a.

TIME. Current & Breaking News, 2018. Página Inicial. Disponível em: <https://time.com> . Acesso em: 05 de set.2023

TONON, Rafael. **Perfil Jornalístico**. São Paulo, 23 março de 2021. Instagram: @tononrafa. Disponível em: <https://www.instagram.com/tononrafa/?hl=pt> . Acesso em: 25 set.2023.

VEJA. Reportagens Exclusivas, notícias, informações e opinião, 2018. Página inicial. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/>. Acesso em: 05 de set. de 2023.

APÊNDICE

PAUTA REPORTAGEM TRADIÇÃO CULINÁRIA

Redatora: Luzia Amélia Rocha Dantas

Retranca: TRADIÇÃO CULINÁRIA/ COZINHA AFETIVA

PROPOSTA
O objetivo dessa reportagem é demonstrar a importância de preservar a tradição culinária brasileira e os sabores afetivos. A culinária desempenha valores culturais para uma sociedade, ela carrega histórias e sentimentos em função de um único fator: o sabor. Sendo assim, a reportagem irá explorar a relevância de cuidar destas tradições culinárias e mostrar o papel dela na identidade de um país inteiro.
ENCAMINHAMENTO
Para começar esta reportagem irei desenvolver entrevistas com especialistas e visitar restaurantes locais de João Pessoa. Algumas entrevistas serão feitas de forma online, mas buscarei me encontrar com diferentes cozinheiras e cozinheiros para realizar fotografias de determinados pratos.

PERSONAGENS/ CONTATO
• Vitor Vasconcelos- Professor de Gastronomia da UFPB e Chef de Cozinha • Ana Francisca- Mestranda em História pela UFPE e especialista em história culinária. • Dona Lu- Proprietária de um restaurante • Tatiana Ramalho - Jornalista e Mestra em Jornalismo

INFORMAÇÕES
Na reportagem iremos percorrer por um contexto histórico para entender a importância de determinados alimentos na construção desses sabores afetivos tão conhecidos. Ademais, compreender as dificuldades que esse tipo de culinária brasileira sofre hoje em dia.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS:
Qual a importância da culinária tradicional/ afetiva na preservação de uma cultura local?
Como a cozinha brasileira tradicional reflete a diversidade cultural e geográfica brasileira?
Como a transmissão dessas receitas mais tradicionais contribuem para a preservação de uma cultura alimentar brasileira?
É possível equilibrar a busca por inovação na cozinha com o respeito pela tradição enraizada?

REPORTAGEM EXTREMOS CULINÁRIOS

Redatora: Luzia Amélia Rocha Dantas

Retranca: EXTREMOS CULINÁRIA/ FITNESS X ULTRAPROCESSADOS

PROPOSTA
Temos como finalidade analisar os extremos alimentares hoje em dia. Enquanto existem inúmeras pessoas que estão comendo somente alimentos ultraprocessados e dispostas a ter os mais diversos problemas de saúde, existem aquelas pessoas que estão fissuradas na chamada “vida fitness”, que também contribui para um desequilíbrio, muitas vezes relacionado à saúde mental.
ENCAMINHAMENTO
Discutiremos sobre educação alimentar e a importância de viver uma vida em equilíbrio e como promover escolhas alimentares saudáveis. Conversamos com diferentes especialistas para entender estes extremos atualmente. E citamos exemplos atuais da mídia que passaram por isso.
PERSONAGENS/ CONTATO
• Zayra Tomaz- Psicologa • Lucas Cardoso- Nutricionista Esportivo
INFORMAÇÕES
O ponto central da matéria é entender em que condições acontecem os extremos alimentares, além de informar como eliminar tais distúrbios da vida de pessoas que estão passando por isso.
SUGESTÕES DE PERGUNTAS:
Como a sociedade e a mídia influenciam nossos hábitos alimentares e a busca pelo "ideal" alimentar ou físico? Qual é o papel da educação alimentar nas escolas e comunidades na promoção de escolhas alimentares saudáveis? Quais recursos estão disponíveis para aqueles que desejam obter informações confiáveis sobre nutrição e saúde? Que conselhos você daria para alguém que está tentando encontrar um equilíbrio saudável na alimentação e no estilo de vida?