

LUCAS HUMBERTO FERREIRA DE ANDRADE

**Viçosa à la carte: um portal de gastronomia de  
Viçosa**

Viçosa – Minas Gerais

2016

LUCAS HUMBERTO FERREIRA DE ANDRADE

## **Viçosa à la carte: um portal de gastronomia de Viçosa**

Memorial do Projeto Experimental apresentado ao Curso de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Henrique Moreira Mazetti

Viçosa – Minas Gerais  
2016



Universidade Federal de Viçosa  
Departamento de Artes e Humanidades  
Curso de Comunicação Social/Jornalismo

Memorial do Projeto experimental intitulado *Viçosa à la carte: um portal de gastronomia de Viçosa* de autoria do estudante Lucas Humberto Ferreira de Andrade, apresentada ao Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, para obtenção do título de Bacharel em jornalismo aprovada em \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ pela comissão julgadora constituída pelos seguintes professores:

---

Prof. Dr. Henrique Moreira Mazetti - Orientador  
Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFV

---

Prof. Dr. Mariana Ramalho Procópio Xavier  
Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFV

---

Prof. Ms. Felipe Lopes Menicucci  
Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFV

Viçosa, Junho de 2016

## AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer profundamente aos sete colaboradores que me acompanharam durante a produção da primeira parte deste projeto: Ceres Mattos Della Lucia, Regina de Souza Gomes, Ana Luísa Costa, Isadora Saraiva Vianna de Resende Urbano, Eduardo Perovano Santana, Marco Antônio Amaral, e Bárbara Gabrielle Bomfim da Mota.

Um muito obrigado também a minha talentosa Web-Designer Karine Sayuri Lima Miki, uma de minhas mais antigas amigas, que desde sempre me auxilia e me ouve, mesmo estando a muitos quilômetros de distância.

Gostaria de agradecer a minha família, que sempre me apoiou e me motivou por todo o caminho. Meus pais Angela e Humberto, por sempre se preocuparem e me ouvirem em todos os momentos, sempre dispostos a me motivar a continuar. Ao meu irmão Gabriel, por sempre me ouvir e me ajudar com o que preciso e as minhas avós Edméa e Maria Rodrigues (*in memoriam*), as pessoas que me ensinaram o prazer de se cozinhar uma boa refeição para aqueles que amamos e o quão é bom poder ver o sorriso em seus rostos.

Obrigado a todos os amigos que me acompanharam em toda a minha jornada, e me ajudaram a amadurecer e ser a pessoa que sou hoje, seja aqui ou à distância. Aprendi um pouco com cada um de vocês, seja jogando RPG, cartas e jogos de tabuleiro, discutindo infinitamente sobre cultura pop, conversando sobre o mundo e a sociedade... Obrigado a todos que me aguentaram e continuam a me acompanhar até hoje, especialmente a Amanda Mattos, Ludmila Botelho, Talita Sommer e Tatiana Íris Varela, por serem sempre pessoas dispostas a me ouvir, independente da hora, do momento ou do assunto. E um agradecimento especial a Pablo Schulman, por ter sido a pessoa a me ajudar a encontrar um nome legal para o projeto.

Um muito obrigado a todos os meus colegas do Curso de Comunicação Social da UFV e a meus professores. Vocês me fizeram amar este curso e essa profissão, além de me mostrar que se pode estudar quase qualquer coisa nessa área. Um abraço especial a Giovana Santana Carlos, que mesmo me ensinando por pouco tempo me mostrou que posso trabalhar com o que gosto e ao meu orientador Henrique Mazetti, por toda a confiança e especial paciência durante todo o projeto.

## **RESUMO**

O projeto experimental Viçosa à La Carte utilizou recursos disponíveis pelo webjornalismo para a criação de um portal de notícias, colunas e receitas com temática gastronômica. Foi realizado um trabalho de curadoria de notícias (seleção, filtragem, agregação e edição do material enviado) de outros portais, edição de textos enviados por colaboradores, entrevistas e reportagens com pessoas ligadas ao mercado de comida em Viçosa com o objetivo de divulgar mais informações sobre a culinária e os alimentos, para os moradores de Viçosa e quaisquer pessoas que se interessem pelo tema. O site está disponível no endereço eletrônico [www.com.ufv.br/alacarte](http://www.com.ufv.br/alacarte), onde se consegue acessar todo o seu conteúdo de textos e imagens. Com a conclusão do projeto experimental espera-se ter demonstrado o potencial que este tipo de trabalho oferece.

## **PALAVRAS-CHAVE**

Gastronomia; curadoria de notícias; mídia; Viçosa; webjornalismo

## **ABSTRACT**

The experimental project Viçosa a La Carte used webjournalism resources to create a news portal with columns and gastronomic themed recepies. It was held a news curation job (selection, giltering, aggregation and edition of the material sent) from other portals, editing of texts send by collaborators, intervies and reports with people in engaged with the food market in Viçosa with the goal of disclose more information about culinary and foods to Viçosa's residents and any other people that have interest in this subject. The website is available at [www.com.ufv.br/alacarte](http://www.com.ufv.br/alacarte), where you can access the entire contents of texts and images. With this experimental project's closure, it is expected to show the potential that this type of work can offer.

## **KEY-WORDS**

Gastronomy; News Curation; media; Viçosa; web journalism.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Site adaptado para visualização no computador .....	11
Figura 2 – Site adaptado para visualização em tablets .....	11
Figura 3 – Site adptado para visualização em celulares .....	12
Figura 4 – Banner do site.....	12
Figura 5 – Logo do site .....	13
Figura 6 – Esqueleto atual do site.....	14
Figura 7 – Número de acessos ao site .....	21
Figura 8 – Publicações mais populares .....	21

## Sumário

<b>Introdução.....</b>	<b>7</b>
<b>RELATÓRIO TÉCNICO .....</b>	<b>9</b>
1.1 <b>Elaboração da Proposta.....</b>	<b>9</b>
1.2 <b>Criação do site e formatação .....</b>	<b>10</b>
1.3 <b>Formação da equipe de colaboradores.....</b>	<b>15</b>
1.4 <b>Produção de conteúdo .....</b>	<b>15</b>
1.4.1 <b>Colunas .....</b>	<b>16</b>
1.4.2 <b>Notícias.....</b>	<b>18</b>
1.4.3 <b>Especiais.....</b>	<b>19</b>
1.5 <b>Criação da página do Facebook.....</b>	<b>20</b>
1.6 <b>Manutenção do Site.....</b>	<b>20</b>
1.7 <b>Informações sobre visitantes .....</b>	<b>20</b>
<b>REVISÃO TEÓRICA .....</b>	<b>22</b>
2.1 <b>Webjornalismo .....</b>	<b>22</b>
2.2 <b>Curadoria de notícias .....</b>	<b>26</b>
2.3 <b>Gastronomía .....</b>	<b>28</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>30</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>32</b>

## INTRODUÇÃO

O consumo de alimentos é essencial para a sobrevivência das pessoas. Comemos para não passar fome e para nos manter nutridos, mas comer não é apenas isso. O próprio Guia Alimentar para a População Brasileira do governo apresenta como primeiro princípio para se ter uma boa alimentação o fato de que:

Alimentação é mais que ingestão de nutrientes. Alimentação diz respeito à ingestão de nutrientes, como também aos alimentos que contêm e fornecem os nutrientes, a como alimentos são combinados entre si e preparados, a características do modo de comer e às dimensões culturais e sociais das práticas alimentares. Todos esses aspectos influenciam a saúde e o bem-estar. (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2014,p. 24)

A culinária entra neste sentido de combinar os alimentos e prepará-los para se obter resultados desejados. Mais que uma simples paixão ou hobby para alguns, nunca antes se viu uma explosão de conteúdo midiático sobre o assunto. Temos realitys shows na televisão aberta, temos sites de notícias com destaques para receitas, temos programas matinais voltados a comida, revistas e sites especializados. Como Jacob aponta em seu trabalho sobre a relação da mídia com o preparo dos alimentos:

Há culinária, gastronomia, panelas e receitas por todos os lados: na televisão, nos jornais, nas revistas, no rádio, nas livrarias, na publicidade, nas bibliotecas. Comer virou moda, tema que desperta paixões e leva pessoas a formar filas em madrugadas chuvosas e geladas em busca de um naco de experiência gastronômica.(JACOB, 2013,p. 14)

Toda essa “moda” que está envolvendo a gastronomia me inspirou e motivou a realizar como trabalho de conclusão de curso o desenvolvimento do site Viçosa à La Carte, um portal de notícias, colunas e receitas sobre gastronomia e o ato de se alimentar, para divulgar informações sobre o assunto.

Cozinhar é um de meus hobbies, e poder fazer um trabalho que me permitia utilizar esse passatempo foi agradável, além do desafio de produzir um projeto experimental que teria o julgamento e a participação de público fora do curso durante todo o seu desenvolvimento, lidando diretamente com comunicação social.



Esse projeto foi criado com o objetivo de contribuir com a divulgação de informações e notícias ligadas à comida e a alimentação, criar uma lista de locais para se comer na cidade de Viçosa – MG e apresentar receitas simples que qualquer um consiga fazer.

Voltado para os moradores da cidade e para qualquer um que se interesse por culinária e tudo que envolve esse universo, durante o processo de construção e manutenção do site foram utilizadas técnicas de curadoria de notícias para selecionar e editar os textos e informações recebidas. Realizou-se também entrevistas com profissionais ligados ao ramo da culinária, experimentando o potencial do webjornalismo para o desenvolvimento de um dos primeiros sites sobre o assunto na cidade.

O site foi construído utilizando as ferramentas disponíveis pelo sistema de publicação de conteúdo Wordpress, um CMS, ou *Content Management System*, que será explicado mais detalhadamente adiante, graças a suas funções de layout e auxílio de publicação.

Foi oficialmente aberto no dia 02 de Setembro de 2015, quando se começou a publicação de conteúdo e a divulgação do site, indo até o dia 08 de Novembro de 2015, tendo uma pausa. O segundo período de publicação e de divulgação se deu do dia 02 de Abril de 2016 até o dia 12 de Junho de 2016, totalizando um total de 3241 visitas.

Além do site em si, foi criado dia 23 de setembro uma página de Facebook para auxiliar na divulgação dos trabalhos. Disponível no endereço [www.facebook.com/alacartevicosa/](http://www.facebook.com/alacartevicosa/) ela contava com um total de 209 curtidas até a data de 12 de Junho de 2016.

Ao longo do memorial será abordado inicialmente o relatório técnico, abordando da concepção do site até a manutenção do mesmo pronto, passando pela criação, formação de colaboradores, produção de conteúdo e da criação da página de Facebook. Em seguida, será abordado a revisão teórica, destacando os elementos de Webjornalismo, curadoria de notícias e a Gastonomía.

## 1. RELATÓRIO TÉCNICO

O site *Viçosa à La Carte* foi desenvolvido para divulgar e agregar notícias e conteúdos informativos relacionados à gastronomia e a alimentos no geral. Espera-se ter demonstrado as possibilidades deste tipo de projeto como trabalho de conclusão de curso (o desenvolvimento e manutenção de um portal de produção de conteúdo), além de como é interessante e relevante este tipo de conteúdo (gastronomia e alimentação) como fonte de notícias e de textos informativos. Neste capítulo serão apresentadas as etapas de desenvolvimento do projeto.

### 1.1 Elaboração da proposta

A primeira fase do projeto foi a construção de um conceito inicial para a ideia de criar algo relacionado ao chamado jornalismo gastronômico, ou a gastronomíada, “a gastronomia que se arranja simbolicamente em mídia própria, ou seja, que se comunica e se espetaculariza por si” (JACOB, 2013, p. 186).

Iniciando as discussões em julho de 2015, o conceito inicial que foi pensado era o de se utilizar de jornalismo impresso (uma revista ou um jornal folhetim) para a criação do projeto. Esta ideia foi descartada devido às dificuldades que apresentaria em questão de custo e alcance, visto que para se trabalhar de forma mais chamativa com este tipo de produção ligada à gastronomia seria necessário uma impressão em cores, algo inviável economicamente dentro da proposta de ser um trabalho de conclusão de curso. Pensando em alternativas, chegou-se a conclusão de que um trabalho online como um portal seria mais interessante, pelo custo menor, alcance maior e facilidade visual das imagens.

O público-alvo é bem amplo, abrangendo desde estudantes da universidade à moradores da cidade. Além disso, devido a obliquidade presente por ser um site, seu alcance e relevância se estendia a qualquer pessoa com acesso a internet, abrindo caminho para qualquer um que tenha interesse no assunto culinária consiga tirar proveito do material contido no portal.

O nome *Viçosa à La Carte* foi escolhido por estarmos na cidade de Viçosa e para dar a ideia de que no site o visitante poderia escolher qual tipo de informação deseja consumir, como se estivesse em um restaurante de estilo *à la carte*, criando o domínio hospedado no site do curso de comunicação, [www.com.ufv.br/alacarte](http://www.com.ufv.br/alacarte).

Foi escolhido inclusive que no endereço não haveria o nome completo do produto e sim apenas /alacarte, devido ao desejo de algo mais simples e menos cabível de erro de digitação, como /vicosaalacarte ou outras variações.

## 1.2 Criação do site e formatação

A partir da definição que se trabalharia em cima de um “portal de notícias” começou a se planejar a estrutura do site. Optou-se por utilizar a ferramenta WordPress, um CMS (Content Management System). Este tipo de sistema revolucionou o processo de criação de sites e blogs, como destaca Trasel:

A grande inovação de ferramentas como o *Blogger*, *Movable Type* e *WordPress*, denominadas sistemas de publicação de conteúdo (CMS, ou *Content Management System*), foi permitir a veiculação de conteúdo por meio da automação do processo de edição em linguagem HTML e transferência dos arquivos para servidores da web. Isso significou maior simplicidade e rapidez na publicação e eventual edição do conteúdo do blog. Antes dos blogs, muitos internautas mantinham páginas pessoais estáticas, raramente atualizadas. O principal resultado da simplicidade de operação dos CMS foi um incentivo à atualização frequente por meio da remoção da barreira técnica. (TRASEL, 2009,p. 100)

O domínio disponibiliza ainda diversos tipos de temas, uma função que serve para se criar o “esqueleto” do site. A partir deste molde básico podemos posicionar elementos como menus, divisões, páginas, entre outras partes essenciais a um site. Para o projeto foi escolhido o tema ColorMag da empresa ThemeGrill. Este tema é gratuito e oferece um estilo semelhante a uma revista virtual. Outro fator atrativo no mesmo é que por ser um tema recente (foi criado em Maio de 2015) ele é completamente adaptado a dispositivos móveis, aumentando a acessibilidade ao site, como demonstrado nas figuras 1, 2 e 3:

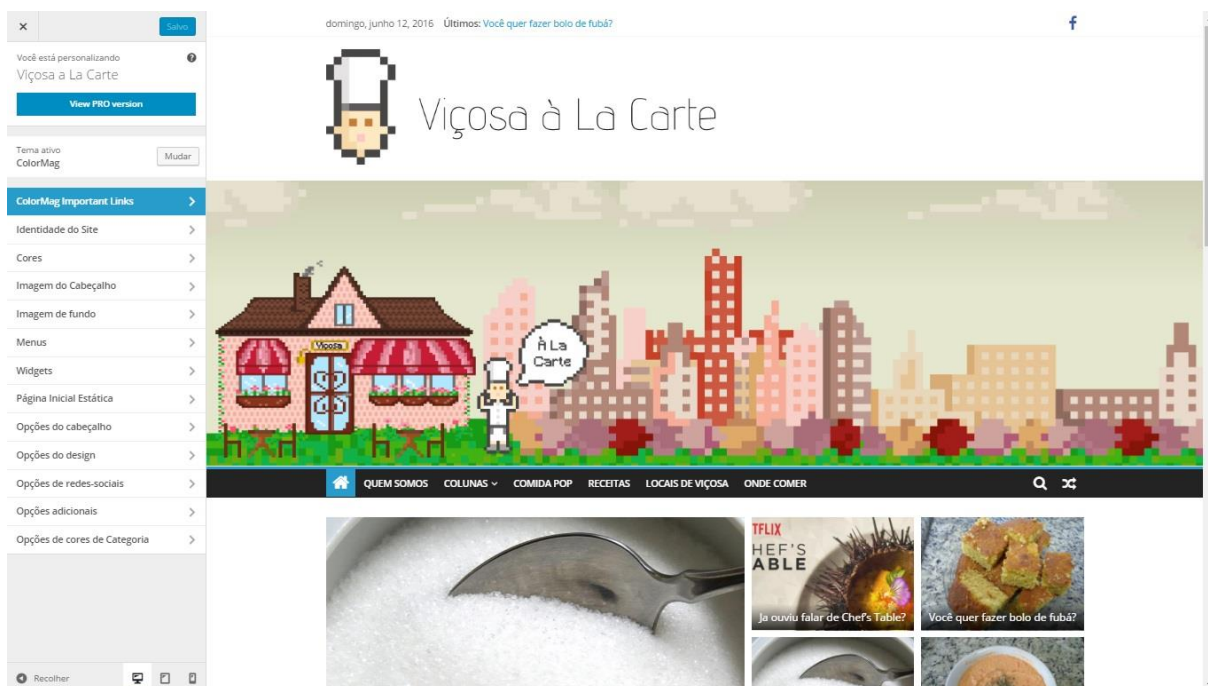


Figura 1 – Site adaptado para visualização no Computador

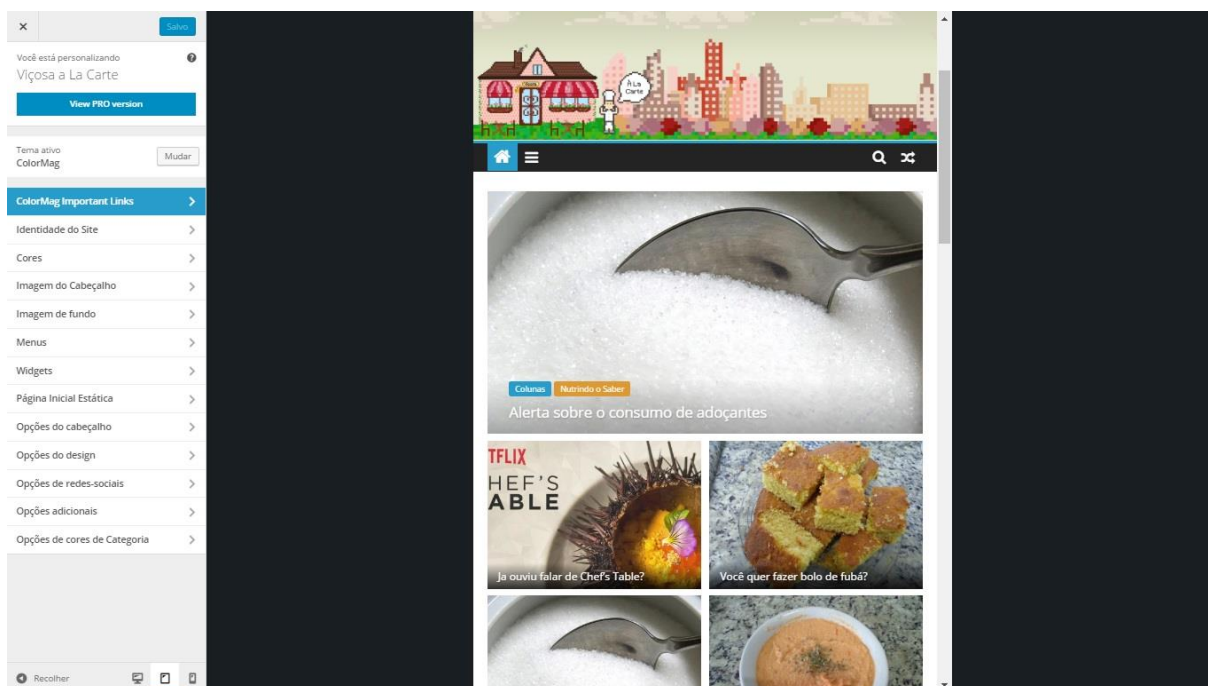


Figura 2 – Site adaptado para visualização em Tablets

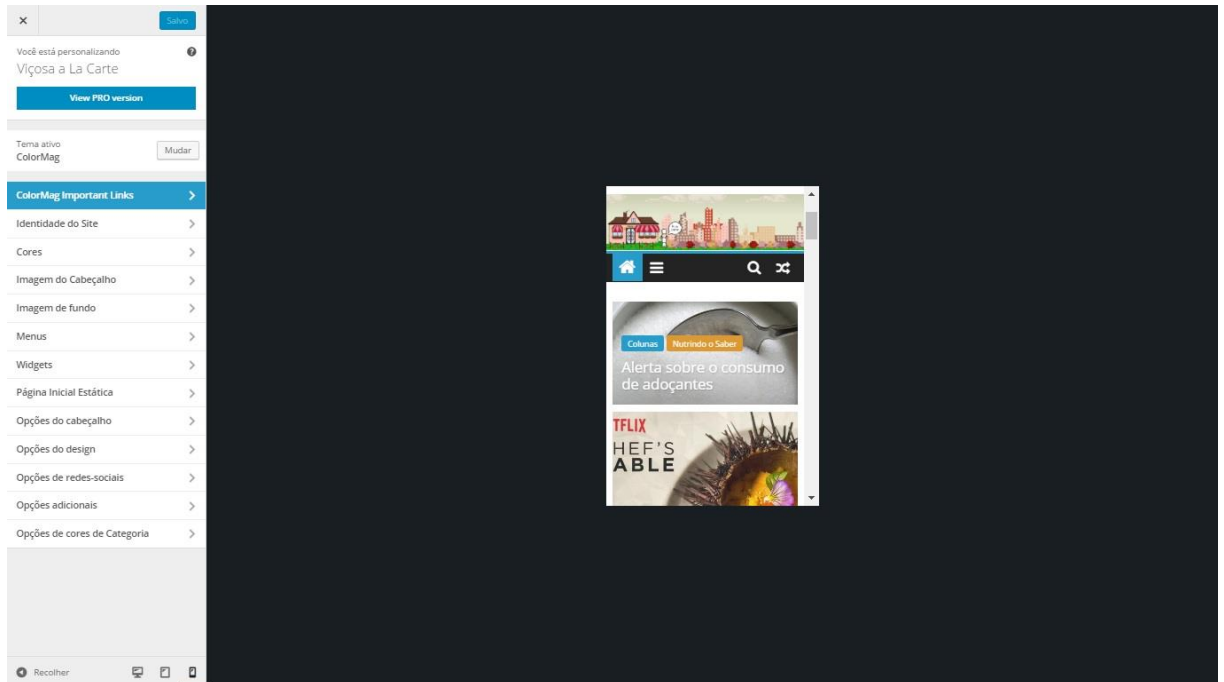


Figura 3 – Site adaptado para visualização em Celulares

O banner do site foi concebido pela web designer e estudante de engenharia de alimentos e de design de jogos Karine Sayuri Lima Miki. O estilo utilizado é chamado de Pixel Art, um estilo moderno que busca representar as imagens como ilustrações de computadores e jogos da década de 70 e 80, conhecida como 8-bits. Este estilo de arte foi escolhido pela web designer por ser considerado leve e simples visualmente, além de agradar tanto meu gosto quanto o dela por simular jogos antigos, como podemos ver na Figura 4 e na Figura 5:



Figura 4 – Banner do site



Figura 5 – Logo do site

Com o tema escolhido, adaptado e sua estrutura básica pronta ele foi aberto oficialmente dia 2 de setembro de 2015 e mantido até o dia 08 de Novembro de 2015 durante a primeira etapa do projeto.

Houve uma nova abertura em Abril de 2016, com uma pequena mudança em sua estrutura básica, sendo que o esqueleto atual do mesmo é apresentado na Figura 6, na página seguinte.

O site é dividido em sete espaços distintos em sua página inicial: Menus, Slider, Notícias, Especiais, Colunas, Aplicativo de Facebook e Nuvem de Tags.

O item Menus é onde se localiza links para as categorias utilizadas no site, aparecendo logo embaixo da logo do site. Slider é o exibidor das imagens de destaque das últimas publicações do site no geral. Notícias, Especiais e Colunas apresentam em destaque as últimas publicações de cada uma das categorias. O aplicativo do Facebook serve para divulgar a página, aparecendo em destaque a direita, e logo abaixo do mesmo se encontra a nuvem de tags, que auxilia a pesquisa no site.

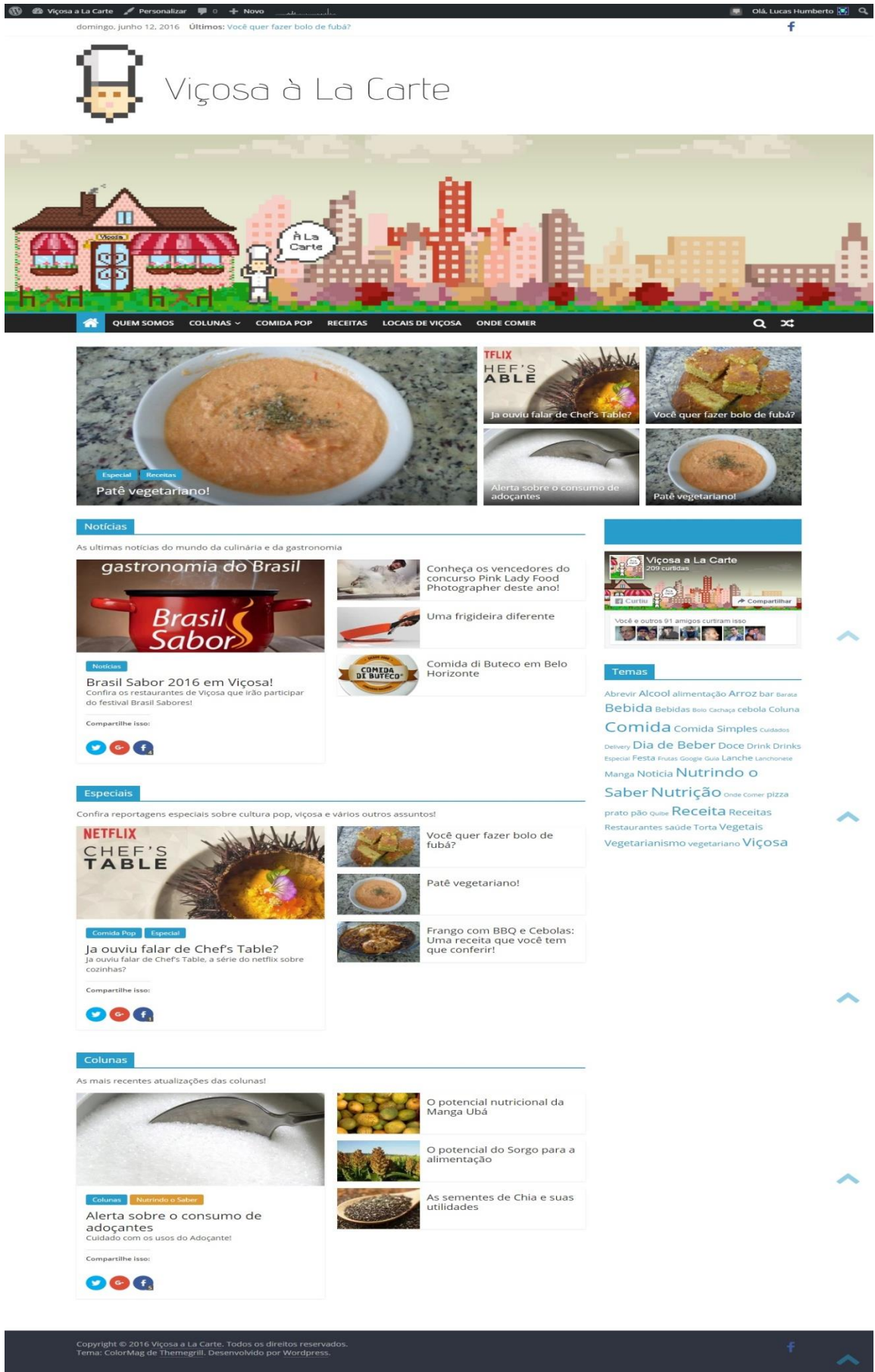


Figura 6 – Esqueleto atual do site

### 1.3 Formação da equipe de colaboradores

Diversas pessoas contribuíram durante o desenvolvimento do site, auxiliando no trabalho de criação de conteúdo e de arte. Destes se destacam oito colaboradores diretos, especialmente durante a primeira fase do projeto, enviando material para publicar ou colaborando com a criação de arte para o site.

- Karine Sayuri Lima Miki, estudante de Engenharia de Alimentos pela Universidade Federal do Amazonas e Designer de jogos pela Samsung Ocean, que criou a logo e o banner do site.
- Dra. Ceres Mattos Della Lucia, professora do Departamento de Nutrição e Saúde da UFV, escreveu para a coluna Nutrindo o Saber.
- Regina de Souza Gomes, Bacharel Interdisciplinar em Artes Visuais na Universidade Federal de Juiz de Fora, escreveu para a coluna Comida Simples.
- Ana Luísa Costa, estudante de Comunicação Social – Jornalismo na UFV e;
- Isadora Saraiva Vianna de Resende Urbano, estudante do curso de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, escreveram para a coluna Vegetarianismo.
- O Dr. Eduardo Perovano Santana, Doutor de Bioquímica e Biologia Molecular pelo Núcleo de Pesquisas em Ciências Biológicas da Universidade Federal de Ouro Preto e;
- Marco Antônio Amaral, mestre em física aplicada pela UFV escreveram para a coluna Dia de beber, e por fim;
- Bárbara Gabrielle Bomfim da Mota, estudante de Odontologia pela Universidade Federal de Minas Gerais, escreveu para a coluna Na Faixa.

### 1.4 Produção de Conteúdo

Iniciado oficialmente em 2 de setembro de 2015, após o projeto gráfico estar pronto, o site começou a ser alimentado com colunas, notícias e textos. Esta fase foi marcada pela manutenção do site e a separação e edição do conteúdo enviado.

Um detalhe a parte foi a questão das imagens utilizadas nos textos durante essa primeira etapa. Quase todas as fotos e ilustrações foram obtidas a partir de domínio público ou de



acervo pessoal dos autores, com poucas sendo reprodução. Optou-se por este caminho para evitar problemas autorais das imagens, e dar um aspecto maior de legalidade ao portal.

Estes autores foram escolhidos por apresentarem interesse e habilidade nas respectivas colunas que escreviam, seja por conhecimento na área, seja por experiência de vida que possuem com o assunto.

Todos os dias havia a cobrança e lembrete do envio dos textos aos colaboradores, além de buscar constantemente notícias e outros conteúdos interessantes para se colocar na página, fazendo o trabalho de editor de conteúdo, além de produzi-lo. Abaixo se destaca com mais detalhes cada um dos conteúdos:

### **1.4.1 Colunas**

Executado durante a primeira fase do projeto, as colunas concebidas inicialmente envolviam receitas simples, nutrição, bebidas e drinks e o estilo de vida vegetariano. Cada uma destas seria escrita por um colaborador ou por mim, para depois serem editadas e adequadas para a publicação e, quando necessário, realizar mudanças no texto. Este formato foi escolhido para que houvesse uma grande diversidade de conteúdos e opiniões, para não ficar entediante para o leitor, evitando que ele visualizasse os textos de uma só fonte todos os dias.

Cada autor de coluna enviou pelo menos uma postagem, editadas e encaixadas por mim no local correto. Eles tiveram a liberdade de qual periodicidade gostariam de participar: Semanalmente (como foi o caso de Nutrindo o saber e Dia de beber), quinzenalmente (Vegetarianismo) ou participação especial, com uma postagem (Comida simples e Na faixa).

As colunas foram desenvolvidas a partir da ideia inicial, embora algumas sofreram leves mudanças na versão final para se adequar ao estilo dos colaboradores e do público. Criou-se ainda por sugestão de uma das colaboradoras uma nova coluna. Cada postagem de cada coluna redireciona o leitor para uma página específica, com ilustração e links.

Este trabalho foi executado especialmente na primeira etapa do projeto, sendo descontinuado na segunda parte, com exceção da coluna Nutrindo o Saber, de nutrição.

Foi decidido isso após a falta de comprometimento de algumas pessoas escolhidas para a equipe, e a decisão de se realizar um trabalho diferente na segunda fase do trabalho. Abaixo há uma descrição mais detalhada de cada uma das colunas criadas durante o projeto:

### **a) Comida Simples**

A coluna apresenta receitas e dicas de como realizar pratos que aparentam ser complexos, mas que na verdade são simples de se preparar. Muitos falam que é difícil cozinhar, e a coluna foi criada para informar o quanto isto é equivocado, e que qualquer um consegue fazer pratos que podem ficar gostosos. Eu escrevi para esta coluna, além da colaboradora Regina de Souza, que possui experiência em morar sozinha e sempre gostou de “inventar” receitas. Possui um total de quatro publicações.

### **b) Nutrindo o Saber**

As postagens desta coluna falam sobre nutrição e alimentos de forma simples e divertida, utilizando um tom mais casual no texto. Desde o início se viu a necessidade de trazer para o site um conteúdo ligado à saúde e nutrição, assunto bastante em pauta nos dias de hoje. A coluna ajudava a trazer mais legitimidade para o portal, ao ser escrita pela Dra. Ceres Mattos Della Lucia, uma profissional na área, apresentando textos próprios e material de suas orientandas, Pamella Cristine Anunciação e Bárbara Pereira. A única coluna a continuar recebendo atualizações, ela teve maior periodicidade (semanal) e ao longo das duas etapas do projeto houve um total de doze publicações.

### **c) Vegetarianismo**

Em nosso mundo capitalista moderno têm surgido cada vez mais pessoas dispostas a abandonar o consumo de carnes e até mesmo outros produtos de origem animal, seja por serem contra a indústria que produz este tipo de alimento ou por razões pessoais. Mesmo assim, existem ainda muitas pessoas que desconhecem exatamente como funciona este estilo de alimentação. A coluna foi desenvolvida com o objetivo de falar justamente sobre estas questões, e apresentava receitas e informações de como muitos exageram sobre o que os vegetarianos consomem ou deixam de consumir. Colaboraram com textos as estudantes Ana Luísa e Isadora Saraiva, ambas vegetarianas há alguns anos, em um total de três publicações.

#### **d) Dia de beber**

Inicialmente este conteúdo seria relacionado apenas a questões ligadas a bebidas e drinks, mas os colaboradores responsáveis por ela, o Dr. Eduardo Perovano e o Marco Antônio pediram para modifica-la. Com anos de experiência morando em repúblicas estudantis em Viçosa e em Ouro Preto, eles pediram para transformar a coluna de apenas ideias de drinks e bebidas para um verdadeiro guia semanal de como se organizar uma festa em república estudantil, abordando desde temas como organização e planejamento musical até brincadeiras para se realizar na festa, não deixando de lado receitas de drinks e de coquetéis próprios para se fazer nestes locais, com uma grande quantidade e conteúdo. Este assunto pareceu muito mais interessante do que a ideia original, especialmente considerando que Viçosa por ser uma cidade universitária possui um grande consumo de bebida alcoólica devido à quantidade de festas, sejam caseiras ou profissionais. Semanalmente, até o fim da análise foi publicado um total de oito textos.

#### **e) Na Faixa**

A mais nova das colunas, foi concebida pela colaboradora Bárbara Gabrielle e publicada no dia 17 de setembro de 2015. Por ser uma estudante mais nova, ela falou de sua experiência de morar longe dos pais em uma cidade diferente, e como tentava economizar o máximo possível em suas compras, mas sem deixar de comprar ingredientes para cozinhar refeições que gostava. Querendo compartilhar isso, foi criada uma coluna onde a pessoa saberia aproximadamente o quanto gastaria com o prato, normalmente, uma quantidade pequena.

### **1.4.2 Notícias**

Criada para se divulgar e reproduzir notícias de outros portais jornalísticos, essa área do site possui produção autoral minha, a partir de reprodução e edição de material advindo de vários locais, especialmente a parte de alimentos do site da [exame.com](http://exame.com), que possui uma área separada para o assunto. Outras fontes eram o site de notícias UOL, o site G1, o site da BBC e apuração própria. Foi exercido um trabalho de curadoria nesta parte.

Foram publicadas notícias relevantes, seguindo o critério de que quanto mais amplo fosse o alcance da publicação, ou mais genérico fosse o assunto, para que o público independente

de onde estivesse lendo conseguisse se identificar. Há um total de 13 postagens nesta categoria.

Uma característica identificada em vários portais foi de que eles não publicavam notícias ou traziam informações sobre os alimentos ou o mundo da gastronomia, apresentando mais listas de alimentos em diversas situações (ex: 5 frutas do verão, etc.) e diversas receitas e modos de se preparar um prato, o que dificultou a apuração de matérias interessantes, embora tenha sido possível.

Outra característica frequente era a publicação de divulgação de diversos eventos e campanhas publicitárias, que foram trazidas para o site quando relevantes a região (como os festivais: Comida di Buteco em Belo Horizonte e o festival Brasil Sabor em Minas Gerais).

### **1.4.3 Especiais**

Seção criada inicialmente para conter apenas o Onde Comer, ela foi expandida na segunda etapa de publicações para abranger mais três novas sessões: A de receitas, os Locais de Viçosa e a Comida Pop.

A primeira apresenta uma série de receitas experimentadas por mim, apresentando um passo a passo fotográfico de como fazê-las e o resultado final com o prato pronto. Todas as fotos foram produzidas e executadas por mim, apresentando receitas de diversos tipos, de doces a salgados, todas fáceis de serem executadas. A ideia de se fazer esse tipo de trabalho veio a partir de pesquisa de opinião sobre qual tipo de conteúdo seria interessante no site, realizada de modo informal a partir de uma pesquisa de opinião com aproximadamente 30 pessoas a partir de contatos pessoais no Facebook, além de ser o tipo mais comum de informação que se encontra na internet sobre o assunto gastronomia.

Locais de Viçosa é uma categoria criada para se separar matérias especiais realizadas com profissionais ligados ao ramo culinário na cidade. Foram realizadas entrevistas com o representante da Abrevir (Associação de Bares e Restaurantes de Viçosa), com um representante da confeitaria e lanchonete Boca Viçosa e com a confeitadeira caseira Anna Gabriela Motta, além de uma reportagem sobre a feira livre de Viçosa. O desejo de se criar essa categoria foi para divulgar material e pessoas da própria cidade para os estudantes e para a população em geral.

O último é uma categoria especial criada a partir de interesse pessoal sobre a cultura pop mundial, especialmente aquela ligada a histórias em quadrinhos japonesas (mangás), canais de

vídeos do Youtube e séries. Cada vez mais comum na rede, surgiu o desejo de se divulgar algumas dessas iniciativas e de compartilhar meus gostos pessoais de forma mais jornalística.

### **1.5 Criação e manutenção da página do Facebook**

No dia 7 de Outubro de 2015 foi criada a página de Facebook do site, disponível no endereço [www.facebook.com/alacartevicosa](http://www.facebook.com/alacartevicosa). Obtendo um total de 209 curtidas até o dia 12 de Junho de 2016, a página foi utilizada principalmente para a divulgação do material publicado no site, a partir da reprodução de links das postagens com uma chamada para convidar e induzir a pessoa a entrar no site, apresentando um total de 33 publicações.

Além de se postar o link, tentou-se espalhá-lo o máximo possível, através de compartilhamento em minha linha do tempo pessoal e em grupos que poderiam se interessar pelo assunto, como a chamada para Dia de Beber, que sempre era compartilhada nos grupos de repúblicas, e as notícias da cidade em grupos relacionados, como o da universidade.

A página serviu também para receber críticas, elogios e sugestões dos usuários do site.

### **1.6 Manutenção do site**

Foi publicado no site um total de 57 postagens até o dia 12 de Junho de 2016. O principal trabalho de manutenção do site, além da edição dos textos e informações enviadas, foi o manejo dos comentários e das páginas fixas.

Cada comentário era revisado e aprovado antes de ser exibido na postagem. Este recurso foi utilizado para se evitar conteúdo ofensivo ou preconceituoso que poderia acontecer. Foram realizados um total de oito comentários nas postagens do site, e felizmente nenhum foi ofensivo.

### **1.7 Informações sobre visitantes**

A partir de dados coletados pelo Wordpress, o site foi acessado a partir do Facebook 822 vezes e a partir de mecanismos de buscas 597 vezes, além de acesso direto, totalizando totalizando 3241 visitas até o dia 12 de Junho de 2016, como mostra a figura 7. Os artigos mais populares foram a página inicial, a matéria sobre a feira livre de Viçosa, a página Quem somos, a publicação sobre músicas em festas e playlists e a página Onde Comer, como mostra a figura 8:

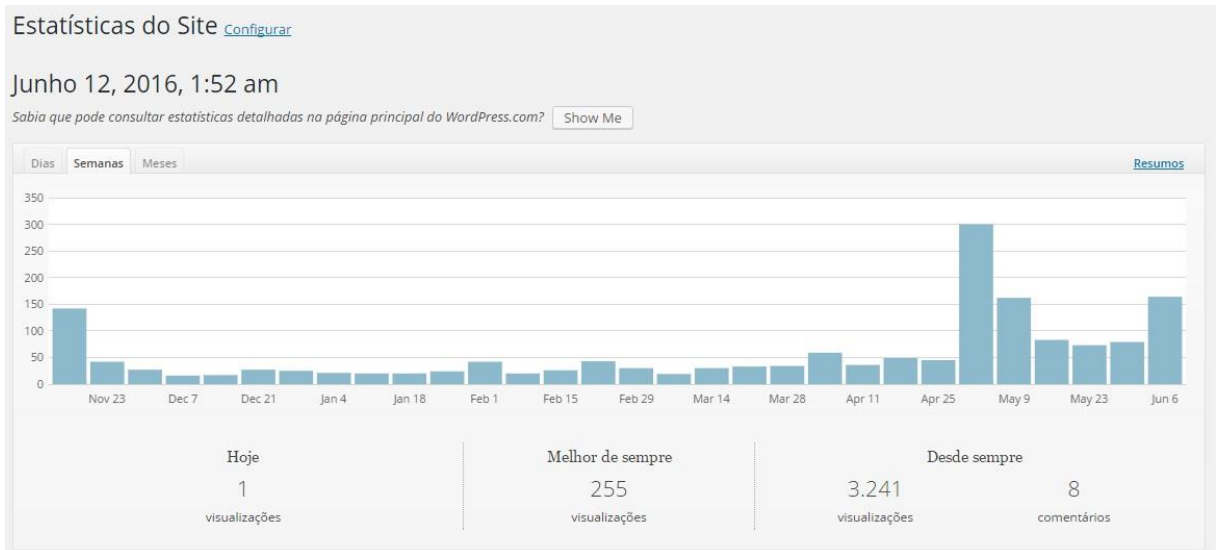


Figura 7 – Número de acessos ao site



Figura 8 – Publicações mais populares

## 2. REVISÃO TEÓRICA

Para desenvolver o site, utilizaram-se os conceitos principais abordados especialmente em três teorias de comunicação social: Webjornalismo, Curadoria de Notícias e Gastronomia, que serão trabalhados abaixo. Com o objetivo de deixar o site mais interessante, buscou-se seguir os conceitos destas linhas de pesquisa, a partir das pautas apuradas e dos temas abordados no site.

### 2.1 Webjornalismo

Surgida em meados da década de 60 e se tornando extremamente popular no mundo a partir dos anos 90, a internet foi incorporada na vida de praticamente todas as pessoas ao longo dos últimos anos. A rede mundial de computadores trouxe várias mudanças em nosso estilo de vida e no que consumimos. Uma destas mudanças afetou especificamente o jornalismo, levando ao surgimento do webjornalismo. Alves define este conceito da seguinte forma:

Jornalismo digital é todo processo discursivo que permite a multissequencialidade; que constrói a realidade por meio da singularidade dos eventos que podem ou não ser instantâneos e atualizáveis; que tem como suporte de circulação as redes telemáticas de alcance mundial ou qualquer outro tipo de tecnologia por onde se transmitam sinais numéricos; que incorpore a interação com os usuários ao longo do processo produtivo; que tenha a possibilidade de utilizar formatos em texto, áudio, imagem fotografada ou em movimento, sendo dessa forma, multimídia, o que demanda novos desenhos e retórica; e que, por fim, disponha de ferramentas que permitam a personalização do processo por parte de todos os atores envolvidos no processo de produção. (ALVES, apud SCHWINGEL, 2012, p. 21-22)

Além disso, webjornalismo possui algumas características fundamentais, que foram utilizadas durante todo o processo e construção do site. São as seguintes:

- A hipertextualidade
- A interatividade
- A instantaneidade
- A memória
- A multimídia

- A personalização
- Ubiquidade
- O uso de ferramentas automatizadas no processo de produção.

Explorando um pouco mais sobre cada uma destas características principais, podemos encontrá-las da seguinte forma no site:

A hipertextualidade foi definida por João Canavilhas como:

A “capacidade de ligar textos digitais entre si” (p.30). Esta definição aproxima-se do conceito de *textualidade* proposto por Roland Barthes (1970) quando diz que no texto ideal abundam as redes que atuam entre definição de texto modelar proposta por Lévy (1993) ao falar de um conjunto de nós (palavras, páginas, imagens, gráficos, etc.) ligados por hiperligações, permitindo ao leitor desenhar o seu próprio percurso de leitura dentro de uma rede mais ou menos complexa.(CANAVILHAS, 2014, p. 6)

Ela foi apresentada no site a partir da estrutura utilizada nas matérias e receitas disponíveis. Foram construídas como blocos de informações que se interligam, a partir de alguns links relacionados e das imagens, que guiam o leitor. Utilizou-se novamente como guia o que João Canavilhas aborda em seu artigo, aonde afirma que textos para a internet não devem ter parágrafos grandes, sendo o ideal dividir cada bloco textual em no máximo textos de 21 linhas.

Interatividade é um conceito que pode ser diferentemente interpretado de acordo com o meio que se analisa. Alejandro Rost o define em relação a meios de comunicação da seguinte forma:

Entendemos a interatividade como a capacidade gradual que um meio de comunicação tem para dar maior poder aos utilizadores tanto na seleção de conteúdos (“interatividade seletiva”) como em possibilidades de expressão e comunicação (“interatividade comunicativa”) (Rost, 2006). A nossa definição coloca o seu enfoque nos meios de comunicação e, sobretudo, na atividade jornalística. No entanto, poderia adaptar-se a outros contextos comunicativos e de produção de conteúdos simbólicos. (ROST, 2014, p. 55)

No portal, essa interatividade é apresentada tanto de forma seletiva quanto de forma comunicativa. A primeira é presente a partir dos vários meios que o usuário pode acessar o conteúdo do site: o menu de navegação, motor de busca por palavras chaves, nuvem de tags (palavras chaves), navegação a partir dos conteúdos na página principal e hiperlinks (atalhos nas páginas) para conteúdos relacionados. Além disso, o layout do site é adaptado para ser lido mais confortavelmente em tablets e celulares, para maior conforto e acessibilidade. Já a



interatividade comunicativa se dá a partir dos meios de acesso de comunicação entre os leitores e o site, a partir da página do site no Facebook, caixa de comentários nas publicações e e-mail para contato. Esses meios possibilitaram tanto uma interatividade participativa (os leitores divulgando e marcando outras pessoas para verem o site) quanto produtiva (comentários pedindo outras receitas ou dando dicas).

A instantaneidade é definida como uma das características ao apresentar a possibilidade de se acontecer atualizações a qualquer momento, especialmente de fatos que acabaram de acontecer, trazendo um conceito de imediaticidade a notícia, que Paul Bradshaw (2014) afirma que faz com que os usuários possam ultrapassar o jornalista e a estória, chegando a testemunha, a cena, a o que está acontecendo no momento, em poucos segundos.

Devido a taxa de acontecimentos e de publicações, o site apresenta estrutura e equipe para se criar atualizações instantâneas caso ocorressem, o que não aconteceu. O mais próximo foi suas atualizações, especialmente as da categoria notícias, aonde foram publicadas fatos recentes e relevantes. O maior exemplo de instantaneidade foi a matéria sobre os participantes do festival Brasil Sabores em Viçosa, cuja publicação ocorreu antes mesmo dos restaurantes começarem a servir os pratos.

A memória é definida no contexto de produção em web pelo fato de que o que está publicado continuara a existir disponível na web. Marcos Palacios agrega os seguintes valores em relação à memória aplicada ao desenvolvimento da rede:

A possibilidade de dispor de espaço ilimitado para a apresentação de material noticioso é a maior ruptura resultante do advento da Web como suporte mediático para o jornalismo (Palacios, 2003, p. 24), tendo como efeito, juntamente com a facilidade de produção de conteúdos através de tecnologia digitais amigáveis, a multiplicação dos espaços para a memória em rede, fazendo de cada usuário um produtor potencial de memória, de testemunhos (Canavilhas, 2004). É altamente provável também que parte desses registros venha a sobreviver a seus produtores, da mesma forma que as marcas nas pedras ou pinturas nas cavernas sobreviveram aos produtores neolíticos que as criaram. (PALACIOS, 2014, p. 95)

No portal essa característica se apresenta nas categorias das colunas e das receitas, onde foi realizado um trabalho de trazer algo relevante independente do tempo visualizado, mesmo não sendo instantâneo ou especialmente novo.

A multimídia é um conceito complexo, que envolve a combinação de diversos elementos como textos, fotos, gráficos e diversos outros que alcançam nossos sentidos. Ramón Salaverría classifica e organiza a multimídia de várias formas, e foi trabalhado

com base no que ele chama de Multimídia por subordinação, definida da seguinte forma:

Aquela que se produz quando existe uma relação hierárquica entre os elementos multimídia. Em muitos casos as peças multimídia contam, de facto, com um elemento principal e estrutural. Os elementos multimídia secundários sujeitam-se a esse elemento principal e, muitas vezes, o próprio acesso a esses elementos secundários é determinado pelo elemento multimídia que assume mais protagonismo. (SALAVERRÍA, 2014, p. 47)

No site apresentamos isso a partir dos diversos elementos que compõem suas páginas (Textos, fotografias, ilustrações estáticas entre outras) são construídos de forma que haja uma hierarquia entre os elementos. Existe um elemento principal em cada publicação, enquanto os outros servem para apoiá-lo e melhorar sua estrutura e visualização, como na área de especiais, com as receitas. Foi inserida pelo menos uma combinação de elementos em cada publicação, criando uma interação entre os elementos para que eles fossem complementando a leitura do site.

A personalização na web é trabalhada por Mirko Lorenz da seguinte forma:

Personalização ou o ato “personalizar” descreve as atividades de “fazer ou alterar as especificações individuais ou pessoais” (Heritage, 2000). Uma pequena variação dessa definição é dizer que a personalização é “fazer (algo) de acordo com as necessidades individuais dos clientes.” (Dicionário Collins, 1991). Personalização de experiências informativas pode apresentar várias formas e extensões, sendo a mais habitual deixar o utilizador seleccionar os temas mais relevantes para a criação de uma página com base em preferências pessoais. (LORENZ, 2014, p. 139-140)

No site não foi possível personalizar de forma individual com seleção de conteúdo personalizado, devido à forma de seu layout (a página inicial do site). O conteúdo aparece da mesma forma para todos que acessam, embora a partir das hiperligações o leitor consiga ir acessando apenas o conteúdo que lhe interesse.

Ubiquidade pode ser definida como o que é encontrado em todos os lugares. Na mídia, isso funciona de uma forma diferente, de acordo com o texto de John V. Pavlik:

No contexto da mídia, ubiquidade implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real. Quer dizer que todos podem não apenas acessar notícias e entretenimento, mas participar e fornecer sua própria contribuição com

conteúdos para compartilhamento e distribuição global. (PAVLIK, 2014, p. 160)

No caso do Viçosa a la Carte, o portal continuará online após as conclusões do trabalho e grande parte de seu conteúdo, especialmente as receitas e as informações de algumas colunas são atemporais, podendo ser úteis a qualquer momento àqueles que as procuram. Durante o processo a participação do público com o site mostrou também que muitos achavam interessante a ideia e apresentaram sugestões de conteúdo.

O próprio WordPress apresenta diversas ferramentas automatizadas para a publicação, um dos diversos motivos para a escolha dele. Sem a necessidade de conhecimento avançado de linguagem de HTML, foi possível criar, editar e apresentar o conteúdo da forma desejada, com qualidade.

## 2.2 Curadoria de notícias

O termo curadoria tem sua origem ligada ao ato de se cuidar, de se manter e zelar por algo. Originalmente está ligado ao campo do Direito e de ordens monásticas, mas com o tempo começou a ser ligado ao campo das artes, dos museus e de seus acervos, como é destacado no trabalho de Corrêa e Bertocchi:

O termo curadoria passa a ser utilizado para uma diversidade de ações que envolvem organização de dados a partir de critérios ou recortes. Nesse contexto, a “curadoria de informação” assume uma ideia muito mais de organização que de inauguração de uma nova proposta ou visão de mundo. (CORRÊA, BERTOCCHI, 2012, p. 29)

Com o avanço da era digital, especialmente relacionado à quantidade de dados que se geram na rede e em rede, o termo passou por uma reorganização. Amaral afirma em sua pesquisa sobre curadoria de informação o seguinte:

Autores como Rosembaum (2011) e Beiguelman (2011) justificam o surgimento e o crescimento da atribuição de curadoria de informação ao imenso volume exaustivo de dados na web (textos, links, vídeos, imagens, formatos), desde os mecanismos de busca aos sites de redes sociais e outras plataformas. Rosembaum (2011) chama esse volume de informações crescentes de “tsunami de dados” e Beiguelman (2011) de “dadosfera”. As métricas e mensurações quantitativas como o relatório anual do Technorati sobre a blogosfera (State of the blogosphere) são exemplos dessa avalanche informacional. (AMARAL, 2012, p.44)

Assim, foi-se utilizado neste contexto de curadoria digital a criação e separação de conteúdo para o site Viçosa à La Carte. A cobrança de prazos, a edição e separação do material, a pesquisa para se ilustrar e os conhecimentos necessários para a publicação do conteúdo no site.

Como afirmam Elizabeth Saad Corrêa e Daniela Bertocchi em seu trabalho sobre curadoria:

No campo da comunicação digital, entendemos que o curador da informação assume um papel mais assertivo ao combinar competências de remediação, agregação de audiências, mineração de dados, inteligência distribuída, agenciamentos e adição de valor visando o exercício da ação comunicativa que, em última instância, objetiva a fixação e disseminação de mensagens, e a respectiva obtenção de valor como retorno. Aqui falamos de uma complexidade de relações para gerenciar e ações para tomar dentro de um sistema de comunicação que se propõe a uma dada capacidade expressiva e de criação de significados. (CORRÊA; BERTOCCHI, 2012, p. 34)

Em relação à curadoria online, que combina elementos humanos e não humanos (como algoritmos e pesquisa automatizada) Beiguelman (apud AMARAL, 2012, p. 45 - 46) propôs três modelos distintos: Curador como filtrador, curador como agenciador e por fim a plataforma como dispositivo curatorial.

O curador como filtrador utiliza as informações a partir de links, contextualizando as informações disponíveis para ele. O curador como filtrador realiza suas funções a partir da relação homem-máquina, sobretudo através de links, contextualizando informações e discutido e observando os efeitos dos mesmos. Exemplos poderiam ser fã-clubes que utilizam esse modelo para discutir e contextualizar informações sobre as ações de seu ídolo, organizando e republicando os dados sobre ele.

Um segundo modelo é o de curador-agenciador, mais relacionado à ideia da transformação do curador no contexto de artes visuais. Para Beiguelman (apud. CORRÊA, 2012, pg. 46), “a forma do agenciamento se dá pela combinação entre a sistematização de categorias de conteúdo e suas relações”. A produção de conteúdo para um blog específico como, por exemplo, o *Scream & Yell* (site de crítica e recomendação musical da cena indie rock) podem ter esse caráter, uma vez que além da seleção de conteúdos e suas relações há a figura dos próprios blogueiros atuando como mediadores nos espaços convergentes.

Por fim, temos o modelo de plataforma como dispositivo curatorial, que busca potencializar e facilitar a organização das informações. É o caso de um site como o *Scoop.it*, que mistura diversas funcionalidades como agregador de feeds, blog, site de rede social, entre outros e amplifica estrategicamente a produção e seleção de conteúdo. A curadoria é muito

mais manual e estratégica, embora o suporte também ajude a condicionar a forma do consumo da informação.

No caso do Viçosa à La Carte, nos encaixamos mais no segundo modelo proposto. Foi realizado um trabalho especializado, ligado especialmente ao campo da Gastronomia. Se obtia dados e informações a partir de pesquisas e de textos enviados, para depois os editar, selecionar as principais informações interessantes e no fim, publicar para o público apreciar.

### 2.3 Gastronomía

Antes de iniciar a discussão sobre o assunto, devemos diferenciar os conceitos de culinária e gastronomia. Embora muito semelhantes, aqui iremos trabalhar definindo Culinária como o simples ato de combinar e preparar alimentos para se consumir, sem grandes pretensões ou técnicas sofisticadas. Já Gastronomia está envolvida a utilização de técnicas para se transformar o alimento em algo mais visual, mais sofisticado. Assim mesmo alguns termos mais comuns como Culinária Mineira estaria relacionado mais a gastronomia, devido ao modo de como os mineiros servem e preparam os seus pratos típicos.

Com o surgimento da gastronomia que houve um destaque maior aos *chefs* de cozinha, iniciado especialmente com Auguste Escoffier e Antonin Carême, chefs que criaram técnicas usadas até hoje na gastronomia moderna.

Entre a criação da hierarquia de cargos na cozinha, novos pratos sofisticados e outros avanços, eles são considerados os pais da gastronomia.

Podemos afirmar que a grande contribuição de ambos foi criar novas mediações dos alimentos, ou seja, utilizar os ingredientes tradicionais dos pratos de cozinha e recombina-los em novas formatações, criando assim novos textos da cultura. Esses novos textos, como os bolos confeitados de várias camadas criados por Carême, modificam a comunicação do alimento, que passa a valorizar sobremaneira a visualidade, ressaltando a capacidade que esse alimento tem de atrair pela sua beleza estética. (JACOB, 2013, p. 41)

Assim sendo, a gastronomia não existe sem a culinária, embora esta possa ser discutida sem envolver as técnicas características da primeira.

A cultura gastronômica se encontra presente em praticamente todas as mídias, desde a impressa com revistas e guias gastronômicos, até a televisiva, com programas de culinária e reality shows, passando pela internet e a expansão de blogs e sites sobre comida. O desejo de

se apreciar um alimento seja aprendendo a fazê-lo ou vendo apenas sua forma final virou algo cultural. Igual afirma Santamaria:

Definitivamente, a comida está na moda, tanto faz se se come ou não, com ou sem apetite – fala-se da comida como de futebol. Quanto menos se cozinha, mais se fala de cozinha. No trabalho, as pessoas contam o que comeram no fim de semana ou em qual restaurante da praia ou da montanha. (SANTAMARIA, apud JACOB, 2013, p. 130)

Vemos isso a partir do espaço que a comida tem conseguido até mesmo em sites de notícias. Saindo dos tradicionais blogs, ela passa a ser um espaço a parte em sites de agregadores de conteúdo e de notícias, como o BuzzFeed e outros.

Ainda assim, na mídia digital o principal produto que aborda a comida ainda são os blogs e sites especializados. Destes, existem basicamente dois tipos, os de culinária e os de gastronomia em si: O primeiro apresenta mais imagens testes e a intenção de se mostrar que se sabe fazer tal prato, e o segundo procura fazer aquilo que o blog se propõe inicialmente: informar, a partir de se mostrar que o blogueiro detém a informação daquilo que é mais sofisticado no mundo da cozinha e da alimentação.

Nesses produtos midiáticos, especialistas e apaixonados por gastronomia discutem não o que cozinham, mas sim as experiências sensoriais que tiveram no universo da gastronomia. Esse mostrar a experiência, incentivar a sensorialidade e o hedonismo são características importantes da linguagem gastronômica e se manifestam amplamente nas mídias digitais. (JACOB, 2013, p. 166)

O site Viçosa à La Carte buscou trabalhar um pouco em ambos os tipos de conteúdo, seja em postagens sobre pratos, com detalhes do passo a passo e fotos, seja na republicação de notícias de outros portais, com informativos sobre acontecimentos do mundo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Construir e manter o site Viçosa à La Carte foi uma experiência sem igual e única em toda a minha graduação, durante as duas etapas diferentes de publicação. Trabalhar com um projeto experimental que dependia de aceitação pública, de lidar diretamente com prazos e interesses e muitas vezes sozinho foi árduo, mas recompensador. Ter trabalhado com um assunto que sempre me interessou, e conseguir fazer algo que deu certo e alcançou muitas pessoas foi gratificante.

Muitas dificuldades técnicas surgiram durante a produção da primeira parte trabalho. Ter que confiar e contar com outras pessoas para produzir um material que você realmente precisa para poder ter publicações não foi fácil, e mesmo que o tema atraísse muitas pessoas entusiasmadas com ideias e o desejo de escrever, poucos estavam dispostos a cumprir com prazos e dados necessários, o que impediu que a quantidade de colaboradores fosse maior, e culminando na desistência de se manter colunas escritas por terceiros durante a segunda etapa de publicação.

Alguns problemas também surgiram em relação ao site ficar hospedado no servidor público da UFV. Durante pelo menos cinco dias diferentes o acesso ao site ficou impossibilitado devido a problemas internos de conexão nos servidores.

Outra dificuldade que surgiu durante a pesquisa e o desenvolvimento do trabalho foi ver que esta área (jornalismo gastronômico) não era exatamente como eu pensava. Enquanto no início esperava conseguir ler e publicar matérias interessantes e diferentes sobre pratos, alimentos e técnicas, à medida que se apurava, descobri que a maior parte dos portais dedicados a este tipo de notícias não são tão atualizados com tanta frequência quanto outras editorias em um portal, e quando tinham algo novo era muito regionalizado, como uma crítica a um restaurante da cidade ou um festival gastronômico da região, mostrando a necessidade de se realizar pautas mais simples e próximas, para a apuração e publicação.

Mas mesmo com estes pequenos contratemplos, o site conseguiu obter sucesso e espaço, atraindo um número relativamente alto de acessos. Este relativo sucesso me inspirou a tentar seguir minha carreira acadêmica ou profissional trabalhando e pesquisando o webjornalismo e a produção de conteúdo para a internet, sejam envolvendo a culinária ou não.

Há também a ideia de dar continuidade com o projeto do site, e talvez até mesmo monetizá-lo. No próprio layout básico do tema há espaço para banners de publicidade, e como não existem tantos sites sobre culinária e comida em Viçosa, isso pode ser um possível caminho. Outro seria adaptá-lo para virar um portal sobre um tipo específico de comida, como

um portal sobre bares e restaurantes, e oferecer o espaço como publicidade e matérias exclusivas para estabelecimentos do tipo, realizando entrevistas, mostrando receitas do local, entre outros tipos de produção que podem ser feitas quando se tem maiores recursos.

Por fim, mesmo que o site não tenha continuidade, o material contido nele é precioso e útil, especialmente as colunas sobre nutrição, o pequeno guia de montagem de uma festa e as receitas, dicas que podem ser aproveitadas em qualquer momento.

O mundo da culinária e da gastronomia é muito vasto, e o site mostrou apenas que ainda há muito a se explorar nesta área, ainda mais em uma cidade universitária como Viçosa, aonde não apenas há muitas ofertas de lanches e comidas, mas também muitas pessoas que cozinham diariamente de forma comercial ou para familiares e amigos.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS<sup>1</sup>

AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra; Org. **Blogs.Com: estudos sobre blogs e comunicação**. Editora Momento Editorial; São Paulo, 2009

BRADSHAW, Paul. Instantaneidade: Efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição In: CANAVILHAS, João. Org. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Editora Livros Labcom, 2014. Cap. 5, p. 111-136

BRASIL. Ministério da Saúde. **Guia alimentar para a população brasileira**. 2 ed. Brasília, 2014. P. 24

CANAVILHAS, João; Org. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Editora Livros Labcom, 2014

CORRÊA, Elizabeth Nicolau Saad. Org. **Curadoria digital e o campo da comunicação**. ECA/USP, 2012.

CORRÊA, Elizabeth S. BERTOCCHI, Daniela. O Algoritmo curador. O Papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica de informação. In: CORRÊA, Elizabeth S. Org. **Curadoria digital e o campo da comunicação**. ECA/USP, 2012. Cap. 2, p. 22-40.

JACOB, Helena Maria Afonso. **Gastronomia, culinária e mídia. Estudo dos ambientes midiáticos e das linguagens da comida e da cozinha**. São Paulo, 2014.

LORENZ, Mirko. Personalização: Análise aos 6 graus In: CANAVILHAS, João. Org. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Editora Livros Labcom, 2014. Cap. 6, p. 139-140.

---

<sup>1</sup> De acordo com a Associação Brasileira de Normas Técnicas. NBR 6023.

PALACIOS, Marcos. Memória: Jornalismo, memória e história na era digital. In: CANAVILHAS, João. Org. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Editora Livros Labcom, 2014. Cap. 4, p. 95.

PAVLIK, John V. Ubiquidade: o 7.º princípio do jornalismo na era digital. In: CANAVILHAS, João. Org. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Editora Livros Labcom, 2014. Cap. 7, p. 160.

ROST, Alejandro. Interatividade: Definições, estudos e tendências In: CANAVILHAS, João. Org. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Editora Livros Labcom, 2014. Cap. 3, p. 55.

SALAVERRIA, Ramón. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João. Org. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Editora Livros Labcom, 2014. Cap. 2, p. 47.

SCHWINGEL, Carla; **Ciberjornalismo**. Editora Paulinas, 2012.

TRÄSSEL, Marcelo. A vitória de Pirro dos Blogs: uibiquidade e dispersão conceitual na web. In: AMARAL, A.; RECUERO, R.; MONTARDO, S.(Org.). **Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação**. Editora Momento Editorial; São Paulo, 2009. cap. 4, p. 100.