



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

JULIANA LIMA SOUZA

PILOTO DA REVISTA SSA: SALVADOR SABOR E ARTE

Salvador
2013

JULIANA LIMA SOUZA

PILOTO DA REVISTA SSA: SALVADOR SABOR E ARTE

Memória do trabalho de conclusão de curso de graduação em Comunicação – habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Produção em Comunicação e Cultura.

Orientador: Prof. José Roberto Severino

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus, pela vida, pela força que me deu nestes últimos meses, por colocar no meu caminho pessoas tão generosas.

Ao Prof. José Roberto Severino, meu orientador e analista, que com muita compreensão e paciência, me conduziu na feitura deste trabalho, muito obrigada pela confiança.

À Emerson Teixeira, o amor da minha vida, que sempre esteve ao meu lado, me oferecendo todo amor e carinho, enxugando todas as lágrimas derramadas e transmitindo toda confiança do mundo. Te amo sempre.

À minha mãe, Euzélia Souza, por ter me colocado no mundo e me dá amor incondicional, agradeço também pela bondosa colaboração e principalmente pela inspiração.

Ao meu pai, Antônio Souza, pelas palavras sábias e por ter esse dom agregador.

A minha irmã, Patrícia Souza, pela elaboração e execução das receitas e pela insistência em perguntar: já acabou?

Ao meu irmão, pela colaboração e por me levar “para cima e para baixo” nesta cidade. Agradeço por tudo irmão.

À minha amiga irmã, Natália Valente, por todas as colaborações no projeto e por todo carinho que só quem escolheu uma irmã pode sentir.

Ao meu amigo Maurício Pinho, por sentar ao meu lado e revisar todas as matérias, de textos à imagens e por todas as vezes que me disse: Relaxe, já está tudo pronto! Mesmo muito antes de esta.

À Rogério Schardong, pela diagramação, pelas noites em claro dedicadas ao projeto, pela rapidez impressionante na execução e especialmente pelo bom humor e otimismo.

À Uerisleda Alencar, minha cunhada, pelo notebook, por toda colaboração e especialmente pela atenção.

À Walter Júnior, pelos clicks e pela disponibilidade.

A todos os entrevistados, pela atenção e por todas as conversas gostosas.

SUMÁRIO

Apresentação	05
1. Justificativa	06
2. Objetivos	08
3. Fundamentação Teórica	09
3.1 Revista.....	09
3.2 Gastronômias e o jornalismo.....	11
4. A revista SSA- Salvador Sabor e Arte	14
4.1 Análises de Similares.....	14
4.2 Pesquisa de Viabilidade.....	18
4.3 Projeto Editorial.....	19
4.3.1 Nome da Revista.....	20
4.3.2 Missão.....	20
4.3.3 Objetivos.....	20
4.3.4 Público-Alvo.....	20
4.3.5 Características Gerais da Publicação.....	20
4.3.6 Fórmula Editorial.....	21
4.3.7 Pauta da Edição 0.....	22
4.4 Projetos Gráfico.....	23
4.4.1 Formato e Tipo de Papel.....	23
4.4.2 Grade.....	24
4.4.3 Tipografia.....	24
4.4.4 Capa e Marca.....	25
5. Considerações Finais	26
Referências bibliográficas	27
Anexos	28

APRESENTAÇÃO

O campo da gastronomia promove uma verdadeira troca de informações, e observa-se que ao longo da história a alimentação alcançou uma importância simbólica em diversos campos como o da política e da religião além distinguir classes, regiões e nacionalidades, ou seja, a gastronomia é parte integrante da identidade individual e coletiva de uma pessoa.

O ato de se alimentar contribui e muitas vezes facilita a socialização, desde a pré-história que o alimento promove atos sociais, já que no momento da refeição todos os membros do clã se reuniam em torno da caça para que fosse partilhada. Hoje, o hábito de realizar uma refeição ao redor da mesa em companhia da família é muito mais que uma disciplina alimentar, é além de tudo um momento de reunião e conversas.

A comida e a bebida estão quase sempre presentes em todo tipo de reunião ou confraternização, sair de casa para comer num restaurante ou receber amigos para uma refeição em casa estão entre as atividades de lazer mais populares. Cada vez mais, mais pessoas estão se preocupadas com a qualidade, o modo de preparo e apresentação destes alimentos, pondo assim, a gastronomia em evidência.

Na Bahia, especialmente em Salvador, não podia ser diferente. O interesse da população pelo universo gastronômico é crescente. Um bom parâmetro para observarmos esse movimento é criação progressiva de cursos de especialização e graduações voltados para a área da gastronomia em poucos anos. Bem como novos restaurantes de alta gastronomia, empórios gourmet e muitos estabelecimentos que presam pela excelência das matérias primas.

SSA - Salvador, Sabor e Arte é uma revista inspirada justamente nesse gosto cada vez maior do baiano pelo universo gastronômico. A partir deste interesse crescente que foi concebido um periódico regional de gastronomia, que traz novidades e informações e sugere soluções completas nesta área.

Nesta memória da revista *SSA* foi apresentado todo o desenvolvimento da temática e do processo de criação do projeto para chegar ao resultado final. Este trabalho foi dividido em três partes básicas, num primeiro momento foi apresentada a justificativa e os objetivos do projeto; no segundo momento foram abordados os aspectos teóricos do produto revista e do jornalismo de gastronomia; e o terceiro momento diz respeito à prática, construção do projeto editorial e projeto gráfico.

1. JUSTIFICATIVA

Os 2 últimos semestres da Faculdade foram muito angustiantes pra mim, pois resolvi que não concluiria o curso já que tinha convicção que aquele mundo da Produção Cultural não era para mim. Eu não via como perda de tempo todos aqueles semestres que cursei, afinal de contas tinha aprendido bastante e ampliado muito meu horizonte de pensamento e minha perspectiva de mundo. Mas, tinha certeza que não havia nascido para aquilo. Porém, depois de muita conversa com amigos, familiares e orientador, resolvi que devia terminar, afinal faltava tão pouco. Porém, daquele momento até a execução deste projeto, foram muitas recaídas, trocas de temas e muita indecisão.

Decidi buscar algo que me motivasse a prosseguir este caminho, pensei com calma o que eu mais havia gostado na Faculdade e o que me interessava fora dela, lembrei então das aulas de fotografia do começo do curso, liguei isto a meu interesse por designer e por revistas. Pronto, é isso! Vou fazer uma revista. Mas uma revista sobre o quê? E para quem? Refleti um pouco e escolhi fazer uma revista que falasse de gastronomia. Pois desde que me lembro, sempre estive imersa neste universo gastronômico, e minha relação com a comida ao longo da vida foi de amor e ódio. Quando criança amava comer e comia muito de tudo, na adolescência quase virei vegetariana e não comia quase nada. Superados os extremos tenho hoje ótima relação com os alimentos e mais do que nunca a gastronomia faz parte da minha vida, pois, nesta altura minha mãe é chef de cozinha, nutricionista e professora de gastronomia e juntamente com minha irmã também nutricionista, têm um Atelier de Cozinha que realiza eventos na cidade.

Por mais que relutasse, eu realmente estava imersa neste universo, já havia lido todos os livros da biblioteca de gastronomia da minha mãe, o que era bastante para conhecer um pouco do riscado. Eu também trabalhei um tempo no Buffet, mas não gostava muito daquela dinâmica eufórica de trabalho. Cheguei a achar que não gostava de gastronomia, por não gostar da loucura que é uma cozinha profissional. Mas, como alguém que lê tantos livros de um determinado assunto, não gosta daquele assunto? Como um ser humano que não aguenta ver uma revista de gastronomia que já vai logo pegando para ler, pode não gostar de gastronomia?

E foi justamente lendo revistas de gastronomia que tive certeza desse projeto, mergulhada nas folhas de *Gula*, me ocorreu com mais clareza o que seria este projeto. Todas as revistas de gastronomia que havia lido concentram suas pautas, bem como suas fontes e fornecedores no eixo Rio - São Paulo, raramente cidades como Salvador tinham algum destaque. Na revista Gula da editora Preta, por exemplo, da edição 235 á 244 há apenas duas referências a restaurantes e/ou chefs que atuam na Bahia. Percebi então, que o tema do meu Trabalho de Conclusão de Curso sempre esteve bem perto eu só não queria enxergar. Fazer uma revista de gastronomia regional para a Bahia naquele momento era quase uma obrigação.

Por tanto, a escolha do projeto foi baseada em meu interesse pessoal, tanto na temática gastronomia, quanto no produto revista, tendo em vista também o crescimento do interesse na cidade de Salvador pelo campo da gastronomia, bem como a ausência de impressos especializados na temática nesta região.

2. OBJETIVOS

Gerais

- Produzir uma revista de Gastronomia que aborde temas regionais de cozinha, entreviste chefs, estabelecimentos e lojas especializadas, como casas de vinhos, cafés, empórios gourmet, CEASA/feiras, lojas, restaurantes e qualquer estabelecimento que tenha alguma ligação com a gastronomia.

Específicos

- Produzir uma revista regional de Gastronomia, bimestral e de distribuição gratuita;
- Distribuir em casa de vinhos, cafés, empórios gourmet, CEASA, lojas, restaurantes e qualquer estabelecimento que tenha alguma ligação com a gastronomia.
- Contribuir com o circuito gastronômico soteropolitano e baiano.
- Adquirir conhecimentos sobre o processo produtivo de uma revista aplicando meus conhecimentos e habilidades.
- Conhecer mecanismos de implantação e gestão de uma editora e criar condições reais para a manutenção do produto para além deste Trabalho de Conclusão de Curso.

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1. REVISTA

As revistas são publicações periódicas que podem ter inúmeras classificações, de acordo com Scalzo “uma revista é um veículo de comunicação, um produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento”, mas no fim das contas a característica mais importante dessas publicações é a proximidade com o seu público-alvo, ou seja, o leitor, que as tem como uma forma de identificação. Juan Caño, editor Espanhol, segundo Marilia Scalzo, define revista como uma história de amor, e “como toda relação, esta também é feita de confiança, credibilidade, expectativas, idealizações, erros, pedidos de desculpas, acertos, elogios, brigas, reconciliações.” (SCALZO, 2011, p.12).

No meio acadêmico, a revista é um tanto “desprezada” já que o alvo do jornalismo impresso é o Jornal, considerado centro das virtudes jornalísticas. Contudo, os impressos em geral, têm uma credibilidade muito forte, pois servem como uma espécie de documento histórico. As revistas podem até não ser “a menina dos olhos” do jornalismo, mas, segundo Fátima Ali, enquanto os jornais tiveram um papel fundamental no processo de democratização da maioria dos países, historicamente as revistas desenvolveram-se para divertir, informar e distrair.

Revistas, desde o seu início em 1663, promoveram a troca de ideias, influenciaram pensamentos, os costumes e a cultura do mundo moderno. Atravessaram guerras, períodos de recessão econômica e ditaduras que sufocaram o direito de expressão. Enfrentaram a competição do rádio, do cinema, da televisão e da internet e sobreviveram. (ALI, 2009, p. 305).

Através do conteúdo de uma revista, podemos encontrar muito da cultura e história de um país. Estão impressas nas páginas desses periódicos os costumes, a moda, os protagonistas bem como as discussões que abalam a sociedade. É um veículo que por sua essência periódica, cobre funções culturais mais complexas que simples transmissão de notícias, além de aprofundar os assuntos e interpretar fatos, tem a capacidade de unir entretenimento, educação e serviço.

A revista é um meio de comunicação com algumas vantagens sobre outros, e uma característica que a diferencia visivelmente é seu formato, fácil de carregar, de usar e até de colecionar. Mas a maior virtude deste meio é a segmentação, pois as revistas

representam a maior variedade editorial que dispomos, são milhares de títulos para todos os públicos e gostos.

Entre as revistas (...) a segmentação por assunto e tipo de público faz parte da própria essência do veículo. Para ilustrar, podemos lançar mão da seguinte imagem: na televisão, fala-se para um imenso estádio de futebol, onde não se distinguem rostos na multidão; no jornal fala-se para um grande teatro, mas ainda não se consegue distinguir quem é quem na plateia; Já numa revista semanal de informação o teatro é menor, a plateia é selecionada, você tem uma ideia melhor do que grupo, ainda que não consiga identificar um por um. É na revista segmentada, geralmente mensal, que de fato se conhece cada leitor, sabe-se exatamente com quem se está falando (SCALZO, 2011, p.14).

Os tipos de segmentação mais comum são por gênero, por idade, por tema e por geografia, porém cada vez mais as publicações afunilam suas temáticas chegando a grupos menores, criando o que Scalzo se refere como “a segmentação da segmentação”, o que não deixa de ser uma demanda do mercado atual, tendo em vista a necessidade dos indivíduos de reafirmarem suas identidades através de grupos e interesse específicos. Segmentando o público segmenta-se também a publicidade, o que é um bom negócio para as editoras, para os anunciantes e para o público leitor.

Para o jornalista a segmentação também é um bom negócio, o ajuda entender para quem ele escreve, pois precisa atender às necessidades ditadas pelos leitores, já que, segundo Scalzo, a relação revista x leitor é passional, por isso, as pessoas têm um tipo de revista para a sala, outras para o banheiro, para o quarto, guardam-na de um determinado jeito ou carregam-na. Por conta dessa relação é o leitor que dá o significado para a revista, é ele quem diz o que é a revista.

Para conquistar o leitor os periódicos lançam mão de muitos recursos gráficos para contar uma história. O texto é mais bem aceito e compreendido se tiver uma boa fotografia ou se tiver acompanhado de um infográfico bem feito. As características gráficas do veículo encantam o seu público, o leitor é seduzido com apelo visual, com o bom fotojornalismo. Pois, texto e imagem, traduzidos em matéria bem escrita precisam de uma apresentação visual eficiente, pois juntos são as bases de uma revista, já que este é um veículo que exige criatividade, uma vez que não se baseia no imediatismo e sim na sensibilidade do repórter de enxergar as possibilidades que se pode encontrar em um tema e do designer que organiza tudo de forma plástica e atraente para cada leitor.

Design em revista é comunicação, é informação, é arma para tornar a revista e as reportagens mais atrativas, mais fáceis de ler. (...) Como tudo numa revista, é o leitor, também, quem vai determinar o tipo e linguagem gráfica a ser utilizada na publicação. Não dá para imaginar uma revista de surf diagramada como uma semanal de informações, ou vice-versa (SCALZO, 2011, p.67)

No entanto, apesar das inúmeras qualidades apresentadas, as revistas possuem um caráter de mutabilidade constante. Muitos projetos de revistas faliram, fato que continuará a acontecer. Na atualidade, os leitores mudam muito rápido, e quem não consegue acompanhar, sai do mercado. Hoje, mais do que nunca é necessário que haja um bom planejamento editorial e gráfico antes de uma revista ser lançada, e quando já está nas bancas é importante que o editor submeta o periódico a alterações gráficas e editoriais constantes, ao contrário de tempos atrás, onde as revistas passavam inalteradas por um grande período de tempo, sem estar fadadas à falência por isso.

3.2. GASTRONOMIA E O JORNALISMO

Gastronomia etimologicamente falando vem do grego *gaster* (ventre, estômago) e *nomos* (lei), traduzindo literalmente, “as leis do estomago”. Segundo Freixa e Chaves, “quem criou o termo foi o poeta e viajante grego Arquestratus, no século IV a.C. apreciador da boa mesa, ele percorreu vastos territórios, observando e provando as especialidades locais.” Em sua definição clássica gastronomia é o ramo que abrange a culinária, as bebidas, os materiais usados na alimentação e, em geral, todos os aspectos culturais a ela associados. Existe também uma definição filosófica proposta Brillat-Savarin no final do século XVIII, em seu livro *A filosofia do gosto*:

A gastronomia é que nos sustenta do nascimento ao túmulo, que faz crescer as delícias do amor e a confiança da amizade, que desarma o ódio, facilita os negócios e nos oferece, na curta trajetória de vida, o único prazer que não se acompanha de fadiga e ainda nos descansa de todos os outros (Brillat-Savarin, 1995).

Há milhares de anos que as pessoas não se alimentam motivadas apenas pela necessidade de sobrevivência, existe uma busca incessante pelo prazer, e de acordo com Freixa e Chaves “desde a História Antiga o cozinheiro é tido como um mágico, um alquimista que transforma simples ingredientes em manjar dos deuses”. Essa valorização da boa comida e do cozinheiro passou por grandes transformações desde a antiguidade na Mesopotâmia onde surgiu o primeiro registro escrito da profissão de

cozinheiro, passando pela Idade Média na Europa com alimentação rústica e sem luxo; pelo Renascimento com a grande efervescência das artes, da ciência e também da gastronomia; chegando as grandes navegações que promoveram intensos intercâmbios alimentares; passando pela Idade Moderna onde houve explosão da culinária francesa e o surgimento do restaurante como principal estabelecimento gastronômico; e finalmente chegando a Idade Contemporânea, onde a gastronomia formou laços com o turismo e se beneficiou com o avanço dos meios de transporte, da tecnologia e da mídia.

Hoje a gastronomia dispõe de programas especializados na televisão, tem tempos exclusivos nas rádios, além de ser pauta para muitas revistas especializadas. O jornalismo gastronômico é um dos temas que vem crescendo no Brasil, juntamente com a importância da própria gastronomia. Segundo o site emec.gov.br, do Ministério da Educação (MEC), existem 148 cursos de nível superior em gastronomia em todo o país, entre bacharelados e tecnólogos. A profissão de chef passou a ser cobiçada por muitos jovens, já que esses profissionais transformaram-se em celebridades do mundo atual. Com isso o assunto deixou de ser periférico e em vez de frequentar apenas as seções de receitas de revistas femininas, a gastronomia agora figura como assunto recorrente em publicações de todos os tipos, voltadas para públicos variados, inclusive em cadernos de cultura dos jornais.

Há muitos exemplos de boa combinação entre o jornalismo cultural e assuntos de gastronomia, como os de caderno de fim de semana de jornais econômicos, como o *Financial Times* e o *Wall Street Journal*. Porém, o mais importante é que grandes publicações já criaram cadernos específicos para temas como gastronomia, moda e desing, como *Style* do *The New York Times* e algumas revistas dominicais mundo afora, inclusive no Brasil. (PIZA, 2003, p. 58).

De acordo com Piza, no Brasil “a maioria dos grandes jornais possui uma parte de um caderno, ou até um caderno especial, como é o caso do Paladar, publicado às quintas-feiras pelo Estado de S. Paulo, para discorrer sobre a gastronomia”. É importante salientar de existe também uma infinidade de blogs e sites que abordam o tema, difundindo e pondo a gastronomia mais perto do público em geral.

Dentro do jornalismo cultural, os gêneros valorizados para abordar a gastronomia são a crítica e a crônica. Porém dentro do jornalismo gastronômico há também um espaço mais funcional, o de serviço. Percebo que a maioria das publicações traz novidades sobre a gastronomia regional e internacional, novas inaugurações, novos produtos, sugestões de onde se pode ir para comer tal coisa, quanto irá gastar em tal

estabelecimento, esse tipo de informação que agrada grande parte dos leitores. Isso mostra que o assunto já não é mais tão exclusivo da elite. É evidente que em alguns casos, onde são sugeridos restaurantes ou produtos de luxo, essa afirmação não se aplica.

Em nosso país, existe uma grande quantidade de revistas especializadas no assunto. Entre as de maior notoriedade é possível citar a Gula da editora preta, Prazeres da mesa, Menu, Cláudia Cozinha e a Alta Gastronomia. Essas revistas setorializadas, de forma geral são direcionadas para um determinado tipo de público, por isso fazem uso de recursos parecidos para atingir o seu leitor. Por exemplo, a qualidade das fotos para esse tipo de veículo é importantíssimo, afinal, a ideia é vender o produto e fazer o leitor “salivar” e ter vontade de ir ao local sugerido ou preparar a receita oferecida. Estas publicações têm com um dos principais o objetivo mexer com todos os sentidos do leitor.

4. A REVISTA SSA – SALVADOR SABOR E ARTE

Para dar início à produção da revista, foi necessário primeiro fazer uma análise de publicações similares no mercado onde foram observados elementos como: textos, fotografias, conteúdo, organização e design, além de ter sido realizada também uma pesquisa de viabilidade com estudantes de gastronomia da Universidade Federal da Bahia. Estas primeiras etapas foram executadas para que concepção do perfil do veículo fosse melhor elaborado, bem como para verificar a aceitação e assegurar que o produto tenha uma boa circulação.

A partir do material adquirido com a análise e com a pesquisa foram desenvolvidos o projeto editorial, em seguida a pauta da Edição 0 e logo após os briefings de todas as matérias. Depois deste momento, tendo em vista a complexidade do produto, foi necessário mobilizar alguns colaboradores com competências diferentes como: jornalista, fotógrafo e designer. No entanto, mesmo com a colaboração de um fotógrafo, foi necessária a utilização de algumas fotos da internet, as quais as referências encontra-se no Anexo1. Para segurar a autoria do projeto, todas as etapas realizadas por colaboradores foram diretamente supervisionadas por mim. Os créditos referentes a direitos autorais sobre material cedido e à colaboração na produção da revista estão devidamente registrados no expediente e nos campos propícios.

4.1. ANALISE DE SIMILARES

Como já foi dito para concepção da SSA foram feitas análises de publicações similares presente no mercado brasileiro. Os veículos analisados foram os seguintes:

- **Revista Gula – Editora Preta**



Figura 1 - Capa e páginas 20 e 21 da edição n°

Revista nacional especializada em gastronomia com periodicidade mensal, pioneira no setor com 21 anos de mercado. Gula é composta por matérias de informação, serviço, entrevistas, crônicas e críticas. O editorial busca incluir elementos da gastronomia das diversas regiões do Brasil em pelo menos uma das seções da revista em cada edição, porém é no eixo Rio-São Paulo que as pautas principalmente as críticas são concentradas. A Gula também conta com colunistas de grande relevância no meio gastronômico como a chef Roberta Sudbrack de reconhecimento internacional, o que lhe confere grande credibilidade. Quanto ao design, a publicação adota um visual mais clássico um tanto pesado com poucos espaços brancos.

- **Revista Menu – Editora Três**



Figura 2 – Capa e páginas 54 e 55 da edição nº174 da revista Menu

Revista nacional especializada em gastronomia com periodicidade bimestral, há 15 anos no mercado, eleita nos últimos 4 com melhor publicação do setor. Menu é composta por matérias de informação, serviço, entrevistas, críticas e crônicas. A publicação sempre inclui em todas as edições uma seção chamada *test drive*, na qual profissionais fazem testes às cegas de produtos alimentícios iguais de marcas diferentes e emitem sua avaliação, estes testes agradam muito o leitor e poucas revistas do setor fazem estas avaliações com frequência, na verdade a maioria só as fazem com produtos de época com ovos de páscoa e panetones. Menu também se destaca por abordar os produtos e estabelecimento das diversas regiões brasileira, mais como todas as revistas de alcance nacional grande parte das referências de estabelecimentos é de São Paulo.

Quanto ao design, a publicação opta por um visual mais limpo valorizando espaços em branco, o que lhe confere maior leveza.

- **Revista Casa e Comida – Editora Globo**



Figura 3 – Capa e páginas 52 e 53 da edição n° 21 da revista Casa e Comida

Revista nacional especializada em gastronomia e decoração com periodicidade bimestral, criada a apenas 3 anos a partir da seção *Receber com charme* da revista de decoração Casa e Jardim a mais de 60 anos no mercado. Casa e Comida é composta por matérias de informação, serviço, entrevista e crônicas. O editorial alia gastronomia a decoração principalmente as de festa, preocupando-se em mostrar todos os detalhes de decoração que podem fazer a diferença em um jantar em casa ou em um casamento, sem deixar de lado a gastronomia. Casa e comida abordada a gastronomia de maneira mais simples e leve do que a maioria das revistas dedicadas apenas a gastronomia, e o seu design limpo e divertido completa esta sua identidade.

- **Revista Sabores do Sul - Editora Yellow Comunicação e Produções Editoriais**



Figura 4 - Capa da revista Sabores do Sul retirada do site www.saboresdosul.com.br

Esta publicação foi analisada através do site da mesma, portanto não foi possível fazer uma avaliação mais aprofundada.

Revista regional do Rio Grande do Sul especializada em gastronomia com periodicidade bimestral, a 9 anos no mercado. O editorial mostrar os melhores restaurantes gaúchos, os pratos clássicos, as inovações à mesa e os grandes chefs e empresários do ramo em atuação no Rio Grande do Sul.

- **Revista Minas Gourmet**



Figura - 5 Capas variadas das Minas Gourmet retiradas do site www.minasgourmet.com.br

Esta publicação foi analisada através do site da mesma, portanto não foi possível fazer uma avaliação mais aprofundada do conteúdo e do design desta.

Revista regional de Minas Gerais especializada em gastronomia, com periodicidade bimestral. A publicação indica os melhores restaurantes de Minas, publica receitas, entrevista especialista da área de gastronomia no estado de Minas Gerais.

- **Revista Muito - Grupo A Tarde**



Figura 6 – Capa e páginas 14 e 15 da edição n° 245

Revista regional suplemento de domingo do Jornal baiano A Tarde. Muito é uma revista de variedades que trata de cultura, moda, decoração, viagens e gastronomia. A

publicação é composta por matérias de informação, serviço, entrevistas e ensaios fotográficos. O design promove um visual simples e limpo, que é manchado pelos anúncios sujos e mal elaborados.

- **Portal Gastronomia Salvador**



Figura 7 – Home do portal Gastronomia Salvador www.gastronomiasalvador.com

O portal Gastronomia Salvador é um portal online dedicado à gastronomia e o entretenimento da cidade do Salvador. Este site atua como uma espécie guia dos estabelecimentos relacionados a gastronomia e entretenimento, o portal também publica notícias dessas áreas. Entretanto o portal é pouco atualizado, já que a página parece ser atualizada apenas a cada mês, outra falha é que consta pouquíssimos bares e restaurantes da cidade, da à impressão de meio abandonado.

4.2. PESQUISA DE VIABILIDADE

Para conhecer melhor o perfil do público-alvo da revista, foi realizada uma pesquisa de campo entre os dias 15 e 18 de julho de 2013, com alunos de Gastronomia da Universidade Federal da Bahia, o questionário encontra-se no anexo 2.

O público-alvo da revista, entrevistado na pesquisa, é composto por 67,9% de pessoas do sexo feminino e 32,1% do sexo masculinos. Sendo que 57,1% são jovens na faixa etária de 20 á 25 anos, 14,3% têm entre 26 e 30 anos e 28,6% estão acima dos 40 anos.

Um dado relevante da pesquisa é que 64,3% dos entrevistados afirmam que assinam algum tipo de revista, sem do que 33,3% assinam revistas de gastronomia,

38,9% assinam publicações relacionadas à Saúde e 27,8 assinam outros tipos publicações. Vale ressaltar que 82,1% das pessoas pesquisadas relataram que buscam informações e entretenimento na área da gastronomia através da Internet. Apenas 10,7% afirmam utilizar revistas para esta função. No entanto, quanto questionados sobre a preferência entre uma revista digital e um tradicional, 60,7% afirmou que prefere a tradicional, apenas 17,9% optou pela digital e 21,5% disse que aprecia os dois formatos. Vale lembrar também que 81,4% dos entrevistados normalmente leem suas revistas em casa e 18,6% em outros lugares. 34% leem revistas semanalmente, 15,4% mensalmente, 11,6% quinzenalmente e 27% lê raramente uma revista.

Outro dado importante é o que diz respeito ao que os entrevistados mais apreciam em revistas de gastronomia. 29,7% gostam de olhar as novidades e 26% gostam das receitas. Há ainda 11% que apreciam matérias que tratam da história relacionada à gastronomia, e 14,8% que gostam bastante das fotos. E os outros 18,5% restante ficou distribuído entre críticas, curiosidades, harmonização e novos produtos.

Devemos observar que quando questionados a respeito do que gostariam de ver em uma revista de gastronomia local, 60% afirmou que gostaria de apreciar conteúdo regional com enfoque nos profissionais, e estabelecimentos gastronômicos locais. 20% adorariam ver receitas. 20% apontou para outras preferências como: críticas, novidades, saúde. Quanto ao questionamento do valor que pagariam em uma revista de gastronomia local 50% respondeu que pagaria de R\$5,00 à R\$10,00, 20% pagaria de R\$10,00 à R\$15,00, 10% pagaria de R\$15,00 à R\$20,00 e outros 10% pagaria de R\$20,00 à R\$30,00, há ainda mais 10% que não pagariam.

4.3. PROJETO EDITORIAL

4.3.1 NOME

A Sigla SSA é o código aeroportuário dado pela Associação Internacional de Transportes Aéreos (AITA) para o Aeroporto Internacional de Salvador, no entanto muitos soteropolitanos fazem uso dessa sigla como uma forma abreviação do nome da cidade do Salvador. Esta sigla de fácil associação com a cidade foi novamente resignificada como SSA – Salvador Sabor e Arte para dar o tom gastronômico a mais nova revista soteropolitana.

4.3.2 MISSÃO

A missão da SSA é está de páginas abertas a todos os baianos que gostam de aproveitar o melhor da alegria e do prazer da boa mesa, trazendo informações e novidades do universo gastronômico na Bahia, no Brasil e no mundo, além dar sugestões e soluções completas, bonitas e descomplicadas muito além da cozinha para as mais diversas ocasiões.

4.3.3 OBJETIVOS

- Ser o espaço que privilegia os estabelecimentos e profissionais locais que trabalham nas diversas áreas da gastronomia.
- Manter o leitor em contato com uma diversidade de fontes, informações e opiniões sobre o universo gastronômico.
- Divulgar receitas práticas para as diversas ocasiões com matérias-primas que possam ser encontradas na cidade.

4.3.4 PÚBLICO-ALVO

A revista é destinada ao público baiano, jovem adulto e adulto, que se interessa pelo universo gastronômico. Portanto o público-alvo da revista é formado basicamente por profissionais da área da gastronomia, alunos de gastronomia e amantes da boa mesa.

4.3.5 CARACTERÍSTICAS GERAIS DA PUBLICAÇÃO

- **Periodicidade:** Bimestral (setembro, novembro, janeiro, março, maio e julho).
- **Formato:** 27cm X 20cm, lombada canoa, grampeada.
- **Número de páginas:** 52
- **Papel:** Couches fosco 170g para capa e 120g para o miolo
- **Tiragem pretendida, se lançada comercialmente:** 15.000 exemplares.
- **Relação Editorial x Anúncios:** 60% x 40% (Esta é melhor proporção, segundo Ali, para não prejudicar o conteúdo do editorial. No entanto esta edição 0 não

obedecerá esta proporção, tendo em vista que o uso de anúncios nesta, se deu apenas para marcar espaços que ficariam vazios por conta da diagramação escolhida.)

4.3.6 FÓRMULA EDITORIAL

Para a revista SSA foi elaborada uma formula para direcionar a produção desta e das demais edições, esta formula serviu como guia para organizar todos os elementos da revista de uma maneira lógica e coerente, criando assim um pacote reconhecível para esta edição 0, e para as edições posteriores.

A formula da SSA é constituída por 11 seções e 3 matérias que estão detalhadas no quadro abaixo:

Formula Editorial			
Seções			
Título	Conteúdo	Nº de Páginas	Descrição
Petiscando	Dicas de lugares, comidinhas, livros e mais.	2	Quadros com textos informativos curtos
Papo gourmet	Entrevistas com personalidades do cenário gastronômico.	6	Entrevista longa
Comprinhas	Apresentação com fotos de produtos interessantes disponíveis no mercado	2	Foto legendada
Nutri Gourmet	Seção dedicada à integração entre Nutrição e Gastronomia	1	Texto informativo opinativo
Viva Diversidade	Apresentação uma diversidade alimentar, seja ela por questão de saúde, por questões religiosas ou mesmo por opção de vida. Mostrar receitas adaptadas a essas realidades	2	Texto informativo
Menu do Dia	Apresentação de um <i>menu</i> completo com fotos e receitas.	4	Foto e receita
Pausa para o café	Apresentação do café e suas variedades de preparo, de cultivo e outras coisas.	1	Texto informativo
Chef Euzélia Souza	Coluna da chef Euzélia Souza	6	Texto informativo
Aos copos e taças	Apresentação dicas, rótulos, informações sobre vinhos e/ou cervejas e drinks.	2	Texto informativo
Devaneios	Apresentação na última página de poemas, músicas, contos ou quadrinhos sobre gastronomia e relacionados.	1	Texto artístico
Matérias			
Título	Conteúdo	Nº de Páginas	Descrição
Matéria Grande Capa	Variado - lugares, pratos, ingredientes, festejos....	8	Texto informativo
Matéria Média	Variado - lugares, pratos, ingredientes, festejos....	6	Texto informativo
Matéria Média	Variado - lugares, pratos, ingredientes, festejos....	4	Texto informativo

4.3.7 PAUTA DA EDIÇÃO 0

A pauta da edição 0 foi elaborada tendo em vista o período de Setembro e Outubro, no qual será apresentada a banca examinadora. Por tanto foi levado em consideração algumas datas comemorativas deste período, ou seja, dia das crianças e também dia de São Cosme e Damião, data importante no calendário baiano. Com isso a edição tem como pano de fundo as crianças, inclusive até o *Menu* foi pensado para que os pequenos pudessem apreciar também, pois dos legumes da salada à receita da sobremesa, Pera tipo à *Belle Hélène* (na qual até o vinho foi substituído) tudo nesta seção foi desenvolvido para que crianças possam comer. Para afirmar a natureza regional da publicação, esta edição experimental, enfatiza de certa forma a gastronomia baiana do recôncavo, sem deixar de abordar, no entanto, a gastronomia no contexto nacional e internacional, como pode ser observado no quadro abaixo:

Edição 0 – Setembro e Outubro			
Seções			
Título	Conteúdo	Nº de Páginas	Descrição
Petiscando	O único indiano: Livro de <i>chef</i> inglês une design e gastronomia / #Instafood: A SSA sugere pessoas para seguir no Instagram	2	Quadros com textos informativos curtos
Papo gourmet	Beto Pimentel do Paraíso Tropical	6	Entrevista longa
Comprinhas	Utensílios gourmet que remetem ao universo infantil	2	Foto legendada
Nutri Gourmet	O dendê que faz bem: O azeite de dendê pode trazer benefícios à saúde	2	Texto informativo
Viva Diversidade	Leite proibido: O que é e como fugir da intolerância à lactose.	3	Texto informativo
Menu do Dia	<i>Menu</i> completo: Cardápio que agrada crianças e adultos: <i>Mélange</i> de mini legumes ao <i>pesto</i> , Mini canelones de queijos ao <i>pomodoro</i> e Peras tipo à <i>Belle Hélène</i>	3	Foto e receitas
Pausa para o café	Pausa para história do café: Um resumo histórico da bebida que ajudou a construir nossa sociedade	1	Texto informativo
Chef Euzéila Souza	Para comer com os dedos: As <i>finger foods</i> se tornaram uma ótima alternativa para eventos	6	Texto informativo, opinativo
Aos copos e taças	Cervejas artesanais: um mercado promissor: O brasileiro tem descoberto que o mundo das cervejas pode oferecer muito mais	2	Texto informativo e foto legendada
Devaneios	Poema Ode a jabuticabeira - Beto Pimentel	1	Texto Artístico
Matérias			
Título	Conteúdo	Nº de Páginas	Descrição
Fica, Vai Ter Bolo!	A história do bolo, seus tipos e as novas tendências do doce que os brasileiros adoram.	8	Texto informativo
Mãos infantis à massa	As crianças invadem a cozinha e geram novas oportunidades de negócio	6	Texto informativo
É de comer rezando	Farto e elaborado, o caruru de preceito mistura culinária, tradição e religiosidade é um caldeirão de cultura popular.	4	Texto informativo

4.4. PROJETO GRÁFICO

O design é parte integrante de uma revista e segundo Ali neste caso ele “não é um fim em si mesmo, é parte do jornalismo e tem duas funções primordiais: estabelecer a identidade visual e comunicar o conteúdo editorial.” Portanto um dos grandes desafios do processo de elaboração de um projeto de revista é garantir que o produto tenha uma unidade visual:

Para conseguir transmitir e expressar as ideias do conteúdo é preciso manipular e equilibrar todos os componentes: mensagem, linguagem, imagem, tipografia, espaço, cor, sequência, contraste, ordem e tudo mais para orquestrá-los em um todo visualmente unificado e intelectualmente consistente. (ALI, 2009,p. 96)

Para tanto, é indispensável à elaboração de um projeto gráfico, que é a “linguagem da revista”, uma espécie de código que faz com que leitor reconheça rapidamente a publicação, mas que também a distinga das demais revistas do mercado. Esta identidade visual tem que encantar e seduzir para a leitura. Um bom projeto gráfico, afirma Ali, é feito sob medida para uma determinada revista, de acordo com seu público leitor, sua missão e seus objetivos.

Desta forma, o projeto gráfico da revista SSA foi concebido de modo que correspondesse a proposta editorial da publicação. A disposição dos elementos gráficos no produto se deu na tentativa de privilegiar o equilíbrio entre imagens e texto, quanto possível. Buscou-se elaborar um projeto gráfico discreto, simples, com blocos definidos de texto e imagens, valorizando as margens. Houve uma grande preocupação com o equilíbrio na composição das páginas, de modo que se garantisse tanto legibilidade dos textos, quanto das imagens.

4.4.1. FORMATO E TIPO DE PAPEL

A Edição Experimental da SSA contém 52 páginas em formato 20cmX27cm, impressão em policromia, encadernação tipo canoa (dobra e grampo). Este formato foi escolhido para garantir a portabilidade do produto, além da maioria dos anúncios serem

produzidos neste formato segundo Ali. Outra vantagem deste formato clássico é o custo benefício, muito melhor do que em outros formatos que geram perda de papel. O tipo de papel (couché 170g fosco para a capa e 120g fosco para o miolo) foi escolhido para favorecer a durabilidade do produto, a legibilidade dos textos e a visibilidade das imagens.

4.4.2 GRADE

A grade é a divisão matemática do espaço da página em um determinado número de colunas verticais e fileiras horizontais, também chamadas de malha gráfica, grid, ou grelha. A grade tem o objetivo de guiar a organização dos elementos gráficos na página. No caso da SSA, a grade escolhida foi a com duas colunas, pois com a utilização de boxes para destacar os textos, a grade simples com três colunas não funcionaria bem, pois as colunas ficariam estreitas demais. A disposição e o número de colunas por página são constantes, no entanto, há por vezes a utilização de apenas uma coluna, que neste caso tem a largura de uma e meia coluna base.

A grade da SSA permite que as imagens sejam dispostas dentro das margens da página, não havendo deste modo imagens sangradas (que chegam ao limite da página). As fotografias podem apresentar dimensões variadas, que vão até a totalidade de uma página com margens ou meia página vertical ou horizontal. Os títulos e subtítulos podem ocupar a largura de duas colunas, ou apenas uma, nem sempre alinhados verticalmente às colunas de texto.

As matérias da SSA tem uma diagramação constante, sem variações bruscas. Há um agrupamento de diferentes possibilidades de composição de página, todos seguindo um certo padrão. Estes agrupamentos podem servir como conjunto de páginas-modelo para futuras edições.

4.4.3 TIPOGRAFIA

A escolha das fontes se deu a fim de garantir legibilidade e simplicidade aos textos. Para isso, optou-se por uma fonte sem serifa para o conteúdo textual propriamente dito. Já para os títulos como forma de contraste foi adotada uma fonte

bem trabalha e serifada, que é a mesma que compõe o nome da revista. A seguir, a descrição das fontes empregadas:

Títulos : Coneria sprit, regular, 30pt

Subtítulos: Helvética, condensada, médium, 13pt

Cartolas: Helvécia, condensada, heavy, 14pt

Textos: Helvética, condensada, light, 10pt

4.4.4. CAPA E MARCA

A capa da edição 0 da SSA é composta apenas por um elemento que representa a temática da matéria principal (que neste caso foi uma espátula de bolo), marca, indicação de edição, título da matéria principal e três chamadas. Optou-se por não incluir nela outras chamadas para matérias ou fotografias mais elaboradas de pratos apetitosos, pois esta edição é experimental e não comercial. Caso a publicação torne-se um projeto comercial, deverá constar na capa elementos que chamem a atenção dos leitores e os seduzam para o consumo. No entanto na capa experimental optou-se por trabalhar um conceito minimalista onde o objeto é apresentado como “arte”.

A marca foi concebida a partir da fonte Coneria Sprit na qual a letra “s” maiúscula lembra uma fumaça. Com a inserção de cores e elementos gráficos, criou-se uma composição que lembra uma pintura, que remete a palavra “arte” no nome da revista. A marca posteriormente com uma suposta consolidação da publicação, poderá aparecer sozinha, sem o acompanhamento da tradução Salvador Sabor e Arte.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A produção de uma revista demanda muito tempo e dedicação, é um trabalho árduo, são tantas etapas imprescindíveis, tantas habilidades requisitadas, que a execução de um projeto dessa magnitude certamente teria maior êxito se o trabalho fosse inteiramente desempenhado por uma equipe. É por isso que devo dizer que se não fosse pela participação de colaboradores, possivelmente esta revista não teria a mesma qualidade.

As experiências adquiridas ao longo Faculdade, possibilitou a execução deste projeto. No entanto vale salientar que o ensino de algumas habilidades necessárias para produção de uma revista, ainda são ignoradas na grade curricular dos cursos de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, tendo em vista que princípios elementares do design gráfico, por exemplo, devem ser aprendidos fora das salas de aula.

O projeto da SSA, sem sombra de dúvidas pode e deve ser lapidado para que em futuro próximo possa ser comercializado. Um das coisas que me motivou até o presente momento a executar esta revista até o final foi justamente, fato de que este projeto tem plena condição de alçar voou e ser muito mais que um trabalho de conclusão de curso. Pois este projeto além de ser o resultado do conjunto de aprendizados adquiridos ao longo da minha vida acadêmica, é também parte de uma aspiração pessoal, uma realização para vida fora das paredes da Facom.

Mesmo com a grande carga de estresse, e muitas noites sem dormir, produzir este projeto experimental foi muito gostoso, conheci através das entrevistas pessoas maravilhas, descobrir novas habilidades a serem aprimoradas, como: fazer uma entrevista e decupa-la, escrever matérias, e muitas outras. O fato é que foi um grande aprendizado em todas as instâncias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA:

ALI, Fátima. **A arte de editar revista**. Companhia Editora Nacional, São Paulo, 2009.

FREIXAS, Dolores; CHAVES, Guta. **Gastronomia no Brasil e no mundo**. Editora Senac Nacional, Rio de Janeiro, 2008.

JACOB, Helena Maria Afonso. **Gastronomia, Culinária e Mídia: Estudos dos ambientes midiáticos e linguagens da comida e da cozinha**. Tese de Doutorado em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2013.

MONTEBELLO, Nancy de Pilla; COLLAÇO, Janine Helfst Leicht. **Gastronomia - Cortes E Recortes**. Editora Senac, ed. 2, Brasília, 2007.

NASCIMENTO, Patrícia Ceolin. **Jornalismo em revistas no Brasil: um estudo das desconstruções discursivas em Veja e Manchete**. São Paulo: Annablume, 2002.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. Editora Contexto, São Paulo, 2003.

REGO, Antônio José de Souza, **Dicionário do doceiro brasileiro**; organizador Loyd, Raul. Editora Senac, São Pulo, 2010

SCALZO, Marília, **Jornalismo de revista**. Editora Contexto, 4 ed. rev. Atual, São Paulo 2011.

TUCHERMAN Ieda, **Gastronomia, Cultura e Mídia: o longo percurso “Você é o que você come”**. Revista Famecos, v. 17, nº 3, p. 314-323. Porto Alegre, 2010.
Acessado em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/8199/5888>

Anexo1

Links para Fotos:

Finger foods:

http://www.germer.com.br/blog/wpcontent/uploads/2011/06/IMG_7482.jpg

Intolerância a lactose:

http://www.germer.com.br/blog/wp-content/uploads/2011/06/IMG_7482.jpg

Brownie de Tâmaras com chocolate:

<http://br-mg6.mail.yahoo.com/neo/launch?.rand=f4tflogh58ulc#mail>

Quiche de frago com legumes:

<http://www.frutobom.com.br/blog/?cat=97>

Questionário da pesquisa

Idade:	
Sexo:	
<p>1) Você ou alguém da família assina ou compra com frequência alguma revista?</p> <p>2) Se Sim, Qual?</p> <p>3) Onde busca informações rápidas ou entretenimento na área da gastronomia?</p> <p>4) O que mais gosta em revistas de gastronomia de forma geral?</p> <p>5) As publicações regionais (revistas, jornais, portais de internet) de gastronomia atendem suas expectativas como leitor?</p> <p>6) O que gostaria de ver em uma publicação regional de gastronomia?</p> <p>7) Você prefere a revista tradicional ou a digital?</p> <p>8) Com que frequência você ler revistas (tradicional ou digital)?</p> <p>9) Em qual local costuma ler revista?</p> <p>10) Quanto às revistas, folhetos informativos e jornais gratuitos você os pega? Apenas quando lhe é dado, ou pega também nos totem de distribuição (display)?</p> <p>11) Você confia em informações vindas de publicações gratuitas?</p> <p>12) Quanto você pagaria por uma revista de gastronomia regional?</p>	