



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA UFSC
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO CCE
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

Fernanda Jaqueline Mueller

Juliana Oliveira Fernandez

Rota do Sabor

Projeto de Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Jornalismo, do Centro de Comunicação e Expressão, da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito parcial para a aprovação na disciplina **Técnicas de Projetos em Comunicação**, ministrada pela **Profa. Gislene Silva**, no primeiro semestre de 2017.1

Orientador indicado: Prof. Fernando Crocomo

Florianópolis
Junho de 2017

FICHA DO TCC Trabalho de Conclusão de Curso - JORNALISMO UFSC		
ANO	2017.2	
ALUNO	Fernanda Jaqueline Mueller; Juliana Oliveira Fernandez	
TÍTULO	Rota do Sabor	
ORIENTADOR	Fernando Crocomo	
MÍDIA	<input type="checkbox"/> Impresso	
	<input type="checkbox"/> Rádio	
	<input checked="" type="checkbox"/> TV/Vídeo	
	<input type="checkbox"/> Foto	
	<input type="checkbox"/> Web site	
	<input type="checkbox"/> Multimídia	
CATEGORIA	<input type="checkbox"/> Pesquisa Científica	
	<input type="checkbox"/> Produto Comunicacional	
	<input type="checkbox"/> Produto Institucional (assessoria de imprensa)	
	<input checked="" type="checkbox"/> Produto Jornalístico (inteiro)	Local da apuração:
	<input type="checkbox"/> Reportagem livro-reportagem ()	() Florianópolis () Brasil (X) Santa Catarina () Internacional () Região Sul País: _____
ÁREAS	Telejornalismo e Produção Audiovisual no Youtube	
RESUMO	A alimentação possui uma relevante função social, por isso, ao escolher um lugar para comer, as pessoas procuram um local que se destaque não só pelas características da comida, mas também pelo ambiente. Este Trabalho de Conclusão de Curso consiste em uma série de vídeo-reportagens, unindo jornalismo e entretenimento, que procura mostrar a diversidade gastronômica nas principais cidades turísticas e econômicas de Santa Catarina. As pautas tratam da história, o serviço, ambiente, preparo e apresentação das comidas e terão como fontes os proprietários e <i>chefs</i> de cada restaurante ou cafeteria. A série será composta por uma abertura e quatro episódios independentes, com duração de sete a 10 minutos, em cidades distintas - Balneário Camboriú, Blumenau, Florianópolis e Joinville – e será divulgada em um canal no Youtube.	

SUMÁRIO

1 EMENTA	4
2 RESUMO	4
3 DESCRIÇÃO DO PROJETO	5
3.1. Contexto histórico	5
3.2. Justificativas.....	7
3.3 Conteúdo	10
3.4. Fontes e localidades.....	10
3.5. Orientações técnicas.....	12
4 CRONOGRAMA.....	14
4.1 Etapas concluídas.....	14
4.2 Etapas a realizar	14
5 RECURSOS E ORÇAMENTO	16
6 FINALIDADES	17
REFERÊNCIAS.....	18
BIBLIOGRAFIA	19
ANEXOS	20

1 EMENTA DO PROJETO

1.a. Título do projeto: Rota do Sabor

1.b. Natureza do projeto: série de vídeo-reportagens

1.c. Aluno(s) responsável(is): Fernanda Jaqueline Mueller e Juliana Oliveira Fernandez

1.d. Suporte do projeto: vídeo

1.e. Instituições envolvidas e equipe: Universidade Federal de Santa Catarina; Fernanda Jaqueline Mueller e Juliana Oliveira Fernandez

1.f. Semestre programado para realização: 2017.2

1.g. Custos e fontes de financiamento: R\$ 495,60; recursos próprios

1.h. Indicação do professor-orientador: Fernando Crocomo

2 RESUMO

A alimentação possui uma relevante função social, por isso, ao escolher um lugar para comer, as pessoas procuram um local que se destaque não só pelas características da comida, mas também pelo ambiente. Este Trabalho de Conclusão de Curso consiste em uma série de vídeo-reportagens, unindo jornalismo e entretenimento, que procura mostrar a diversidade gastronômica nas principais cidades turísticas e econômicas de Santa Catarina. As pautas tratam da história, o serviço, ambiente, preparo e apresentação das comidas e terão como fontes os proprietários e *chefs* de cada restaurante ou cafeteria. A série será composta por uma abertura e quatro episódios independentes, com duração de sete a 10 minutos, em cidades distintas - Balneário Camboriú, Blumenau, Florianópolis e Joinville – e será divulgada em um canal no Youtube.

Palavras-chave: gastronomia; cultura; diversidade; restaurantes; Santa Catarina

3 DESCRIÇÃO DO PROJETO

3.1. Contexto histórico

A cozinha expressa a relação do homem com o ambiente e reflete aspectos significativos da cultura. Apesar de a alimentação proporcionar energia e nutrientes que o organismo necessita, comer não é e nunca foi uma atividade meramente biológica:

“De todos os atos naturais o alimentar-se foi o único que o homem cercou de cerimonial e transformou lentamente em expressão de sociabilidade, ritual político, aparato de alta etiqueta. Compreendeu-lhe a significação vitalizadora e fê-la uma função simbólica de fraternidade, um rito de iniciação para a convivência, para a confiança na continuidade dos contatos” (CASCUDO, 1883, p.42).

Os alimentos são elementos básicos do intercâmbio interpessoal e no estabelecimento e manutenção de relações sociais, como cita Carneiro (2003): “a pimenta moveu as naus dos descobridores e o açúcar produziu a escravidão africana, deslocando massas humanas entre continentes”. Ele destaca o papel ativo da culinária no processo de globalização - um termo razoavelmente novo, porém seu conteúdo não -. Transformações sociais, crescimento do comércio, viagens, redes informáticas fazem com que as fronteiras sejam cada mais permeáveis. Com isso, as produções locais tendem a diminuir e as culturas se fundem. Receitas correm de uma região para outra e o modo de preparar, consumir e conservar alimentos são compartilhados entre sociedades. É difícil imaginar, por exemplo, a cozinha italiana sem as massas (vindas da China) até o século XV, ou sem o molho de tomate (procedente da América).

Em Santa Catarina, encontramos uma população heterogênea em diversas regiões do Estado, mas essa mistura de povos, como menciona Nereu do Vale Pereira, não era percebida no início da sua colonização.

“As etnias que construíram a população de Santa Catarina ocuparam, como um processo endógeno, áreas claramente definidas e sem ter ocorrido, principalmente nos seus primeiros 100 anos, qualquer processo de miscigenação, integração e interação.” (PEREIRA, 2003, p.15).

De acordo com o autor, em função dos diversos grupos de imigrantes, o Estado catarinense passou a apresentar uma síntese europeia no Brasil e a ter a maioria dos povos que existia no país: índios, portugueses, vicentinos, espanhóis, negros, alemães, italianos, austríacos, sírios, libaneses, holandeses, japoneses, russos, eslavos, entre outros.

O litoral de Santa Catarina foi caracterizado com a cultura luso-açoriana que caracterizou a economia, a política e a estrutura social voltadas para a pesca e agricultura de subsistência. Os portugueses dos Açores juntaram a experiência que tinham com as águas e os temperos indígenas e criaram uma rica culinária à base de peixes, moluscos e crustáceos. Ainda utilizam a farinha de mandioca, milho e feijão para complementar as receitas.

O nordeste do Estado foi desenhado pela cultura germânica que além de introduzir a arquitetura enxaimel em suas casas, estruturas aparentes de madeira e paredes de tijolos maciços, contribuiu para a expansão industrial e uma gastronomia voltada para carnes e condimentos bem temperados. O marreco recheado, o Joelho de Porco e as salsichas de diversos tipos são características da tradicional culinária alemã que ainda se destaca na parte de confeitaria com o *apfelstrudel* (folhado de maçã) e as cucas (bolo com uma massa coberta de farofa feita com farinha, manteiga e açúcar).

Com o passar do tempo as populações foram se integrando e interagindo umas com as outras. A modernização e a universalização proporcionaram novos traços à sociedade, fazendo com que hoje exista uma abundância de gêneros gastronômicos em regiões fortemente marcadas pela cultura de seus colonizadores. E por haver essa multiplicidade de gostos, os estabelecimentos precisam investir não apenas na qualidade da comida, mas também no ambiente e atendimento diferenciado para atrair e satisfazer o cliente e se destacar entre os demais.

A gastronomia possui dois prazeres: o de comer e o da mesa. A diferença entre eles, de acordo com Renata Braune e Silvia Franco (2012) é a sensação que eles provocam no ser humano. O prazer de comer está ligado com a necessidade de satisfação ao ingerir o alimento. Já o prazer da mesa reflete sensações diretamente relacionadas com a circunstância, o ato, o local, as coisas e as pessoas presentes à refeição e é uma particularidade da nossa espécie.

“O prazer de comer o temos em comum com os animais (...) O prazer da mesa é uma particularidade da espécie humana, pressupõe os cuidados precedentes para preparar a refeição, para escolher o local e reunir os convivas” (BRILLAT-SAVARIN, 1989, p.163 *apud* BRAUNE, 2012, p.14).

Desse modo, o espaço no qual o alimento é consumido torna-se um aspecto importante e indispensável da gastronomia, assim como o serviço e o modo como são preparados.

3.2. Justificativas

Da escolha do tema

Junto a esse processo de globalização, os meios de comunicação contribuem ainda mais para divulgar os costumes das diferentes regiões do mundo. Na TV brasileira, existem diversos programas mostrando a cultura, sendo a gastronomia um de seus importantes elementos, de diferentes regiões do Brasil e de países do mundo todo. A internet intensificou ainda mais o acesso das pessoas a esse tipo de conteúdo, com os blogs e vlogs (narrativa audiovisual) de pessoas que mostram suas experiências no exterior e oferecem dicas para os turistas. Com a quebra das fronteiras, viajar se tornou um prazer acessível para cada vez mais pessoas e quando elas o desfrutam, conhecer a culinária e os diferentes restaurantes do local visitado faz parte da experiência. A história desses estabelecimentos também costuma despertar o interesse dos viajantes.

Neste Trabalho de Conclusão de Curso, pretende-se mostrar como as cidades mais turísticas do estado de Santa Catarina fazem uma fusão de cozinhas de diferentes culturas e criam novos conceitos na preparação e apresentação das comidas. Restaurantes, por exemplo, que além do sabor ser especial e da apresentação do prato inovadora, também oferecem uma vista bonita da cidade. Buscamos apresentar lugares onde os turistas podem apreciar a experiência completa de uma viagem.

Da escolha das cidades

Em função da colonização catarinense, as culturas luso-açoriana e germânica tiveram forte influência no litoral e no nordeste do Estado. A série será feita em duas cidades do litoral, Balneário Camboriú e Florianópolis, e duas cidades do nordeste, Blumenau e Joinville. A escolha dos municípios foi baseada na importância econômica e turística dos mesmos. Por serem pólos de desenvolvimento em suas regiões e por concentrarem 22% da população do Estado, essas quatro cidades acabam sendo as primeiras opções para a implantação de novos conceitos gastronômicos. Segundo a Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte, Santa Catarina recebeu oito milhões de turistas entre dezembro de 2015 e fevereiro de 2016. Os municípios que mais atraem visitantes anualmente são Balneário Camboriú, Blumenau, Florianópolis e Joinville.

As cidades de Joinville e Blumenau foram colonizadas em 1850, pela iniciativa privada, e hoje são núcleos que direcionam e alimentam a região nordeste de Santa Catarina, a

qual, de acordo com Vilmar Vidor, se desenvolveu com objetivos bem precisos de criar espaços produtivos importantes:

“A região, como centro de produção, desenvolveu-se rapidamente e engendrou a expansão das cidades que monopolizam certas atividades. Conforme o discurso político e as estatísticas oficiais, estas cidades adquiriram os adjetivos de prósperas e ricas. Importantes centros de desenvolvimento do capital onde se multiplicam os programas e planos cujo objetivo é o de melhorar o quadro urbano” (VIDOR, 1995, p. 205).

O desenvolvimento da região foi consequência do processo de povoamento que acelerou com o aumento de emigrantes após as revoluções na Europa, principalmente na Alemanha, em 1848, e do direito de naturalização aos imigrantes outorgado dois anos depois.

Blumenau se destaca nos setores têxtil e de tecnologia da informação, tendo o quarto maior PIB catarinense, R\$16,767 bilhões de acordo com o IBGE de 2014. O município incrementa a economia local e atrai milhares de turistas com a maior festa alemã da América do Sul, a Oktoberfest, que recebe a cada ano cerca de 500 mil pessoas.

Joinville, inicialmente chamada de colônia Dona Francisca, além de ser a maior cidade catarinense, possui o maior PIB, R\$24,570 bilhões. Sua importância no cenário econômico estadual e nacional deve-se a indústria diversificada que abrange os setores metal mecânico, eletromecânico, plástico, têxtil, metalúrgico, madeireiro, de alimentos e bebidas. A cidade é conhecida pela Festa das Flores que recebe mais de 80 mil visitantes e pelo Festival de Dança, o maior evento da cidade, que reúne mais de 200 mil pessoas e cerca de seis mil bailarinos, professores e críticos.

Balneário Camboriú não está entre as cidades mais populosas de Santa Catarina e nem tem um PIB elevado, mas está entre os destinos que mais recebe turistas durante o verão. O turismo é o motor da economia do município que investe cada vez mais na infraestrutura hoteleira, de lazer, comercial e eventos. Entre janeiro e fevereiro chega a receber mais de um milhão de pessoas, número dez vezes maior que o total de habitantes. Nos outros meses do ano o movimento continua com eventos corporativos, públicos, religiosos e congressos.

Florianópolis, a capital catarinense, é conhecida por suas belas praias, belezas naturais, por sua história e gastronomia. Sua economia é voltada para o setor público, comércio e de serviços, com foco principal no turismo. Segundo a Secretaria Municipal de Turismo, a cidade recebeu 1,9 milhões de visitantes na temporada de verão de 2016. Além do setor turístico, a capital também se destaca nacionalmente na produção de moluscos, sendo a maior produtora de ostras do país.

Da escolha da mídia

Cada vez mais a televisão apresenta programas que buscam articular as práticas do jornalismo tradicional (formar cidadãos bem informados) e entretenimento (divertir o telespectador), caracterizados como programas de *INFOtenimento*. Acadêmicos vinculados à teoria crítica veem com apreensão essa relação entre jornalismo e entretenimento; outros, alguns vinculados a estudos culturais, dizem que limitar a ideia de informação ao noticiário sugere que o aprendizado advindo do divertimento é irrelevante; logo, é um olhar preconceituoso (DEJAVITE, 2010, p.74). Nessa discussão sobre a fronteira entre jornalismo e entretenimento esquece-se da opinião do público, que é a mais importante para os comunicadores. Cada vez mais o receptor quer que a notícia informe, distraia e traga alguma formação sobre o assunto. É o que Dejavite chama de *Notícia light*.

A Rede Globo de Televisão, emissora com a maior audiência do país, faz uso dessas técnicas com programas como o *Globo Repórter* (o mais antigo programa de telejornalismo da emissora, depois do Jornal Nacional, tendo estreado em abril de 1973) e o *Fantástico* (agosto de 1973). A proposta do segundo é clara: “misturar jornalismo e entretenimento de forma dinâmica e acessível”, como está expressa no site do programa. O cenário futurista e dinâmico transforma o programa em um palco de variedades, com matérias jornalísticas, quadros de humor, entrevistas, musicais (GOMES, 2011, p. 270).

Nesta série de vídeo-reportagens pretende-se utilizar alguns dos recursos que o programa Fantástico usa para informar e ao mesmo tempo entreter o público. Com recursos visuais e sonoros em seus quadros fixos, que remetem ao videoclipe (entretenimento) e velocidade e agilidade na apresentação de conteúdos (jornalismo). Nesse sentido, busca-se utilizar os três modos de comunicação do telejornalismo contemporâneo que Ekström (2000) distingue: informação, *storytelling* (contar histórias excitantes para prender a atenção do público) e atrações (fascinar o telespectador).

Planeja-se fazer uma hibridização de práticas do telejornalismo com características da internet gerando um novo formato de reportagem. “As características do Jornalismo na Web aparecem majoritariamente como Continuidades e Potencializações e não, necessariamente, como Rupturas com relação ao jornalismo praticado em suportes anteriores” (PALÁCIOS, 2002, p. 6).

A plataforma escolhida para a publicação do conteúdo foi o *YouTube*, canal que se tornou o maior difusor de conteúdo audiovisual na internet. A sua rápida ascensão, segundo Jean Burgess e Joshua Green (2009), se deve, dentre outros motivos, pela funcionalidade e

por ser uma plataforma livre de conteúdo. Qualquer pessoa, sem conhecimentos específicos em comunicação ou tecnologia da informação, pode acessar e publicar vídeos dos mais diversos assuntos, na hora em que for mais convencional para o usuário.

A linguagem da série de vídeo-reportagens terá menos formalidades que as reportagens televisivas padrão criadas por um apresentador-repórter, que tem a função de apresentar e produzir o conteúdo exibido. O objetivo é se aproximar mais do público da internet. Retrataremos o conteúdo através de entrevistas, passagens, imagens e textos em *off*, unindo técnicas jornalísticas para a construção de histórias e realização de entrevistas, com a dinâmica de edição dos canais do YouTube.

3.3 Conteúdo

A série de vídeo-reportagens se propõe a divulgar novos conceitos de estabelecimentos gastronômicos e a história de seus surgimentos, mostrando que para atrair e agradar o cliente é necessário oferecer mais do que apenas uma boa comida.

Em cada episódio serão apresentados dois ou três restaurantes, iniciando com uma breve introdução sobre a cidade. Os episódios serão compostos por entrevistas com os proprietários ou gerentes dos estabelecimentos e com os chefs de cozinha (em alguns casos, os proprietários são também os chefs). Cada entrevista terá um foco diferente, dependendo das características que destacam o restaurante ou a cafeteria: em alguns o modo de preparação das comidas chama mais a atenção, em outros, o ambiente, por exemplo. Mas em todos a história do local será abordada para contextualizar.

As sonoras serão intercaladas com clipes de imagens dos locais e dos pratos servidos e com offs que irão conectar os assuntos abordados, tornando o conteúdo mais explicativo. A série também contará com a presença das repórteres em pelo menos dois momentos: no primeiro, para introduzir ou explicar algum aspecto do restaurante; no segundo, para experimentar algum prato, valorizando a experiência e a opinião da repórter.

3.4 Fontes e localidades

ESTABELECIMENTO	CIDADE	ENTREVISTADO	RESUMO
Azdora Piadneira	Balneário Camboriú	Michele Buffoni-proprietário e <i>chef</i>	O restaurante foi fundado pelo italiano Michele, que trouxe a receita da Piadina para o

			Brasil, ensinada pela sua avó. Os pratos servidos são preparados conforme a tradição da região da Itália onde mora a família do Chef: a Romagnole.
Pharol Porto Cabral	Balneário Camboriú	José Everaldo Caetano da Silva - gerente Marjhorye Lucinger Ruiz - <i>chef</i> de cozinha	Instalado em um barco, o restaurante flutuante oferece visão privilegiada da orla. No cardápio há uma grande variedade de frutos do mar, além de carnes e aves. O diferencial do restaurante, além de ser flutuante, é o King Crab - uma espécie de caranguejo gigante encontrada no Alasca
O Padeiro Artisan	Balneário Camboriú	Leonardo Baggio do Carmo - proprietário e <i>chef</i>	Uma micro padaria artesanal que utiliza uma fermentação natural, sem conservantes e aromatizantes artificiais. Possui um serviço de assinatura de pães, na qual pães e outros produtos são entregues na casa dos clientes todas as sextas-feiras, além de realizar um Brunch (combinação de café da manhã com almoço) com música ao vivo aos domingos.

Ah Cucaria	Joinville	Asta Hetzer - mãe e inspiração da proprietária Darlin Maik Carbonera - <i>chef patissier</i>	Um espaço que traz um novo jeito de degustar a cuca, uma das tradições culinárias de Joinville. Não possui um cardápio fixo deucas, pois todos os dias elaboram novos sabores. A cuca de maçã com nozes feita pela Asta Hetzer, proprietária do Ah Cucaria, foi a vencedora do 2º Festival de Cucas da cidade em 2015.
Santa Mistura	Joinville	Ludmila Vodianitskaia - sócia-proprietária Jonni Colin – <i>chef de cozinha</i>	Espaço que mescla arte, gastronomia, negócios e momentos de lazer. Possui uma gastronomia contemporânea e oferece a seus clientes um acervo de livros para consulta, artigos para decoração e obras de arte.
Âme	Blumenau	Karine Schlindwein - proprietária	Restaurante de alimentos funcionais que alia saúde e bem-estar.
Em apuração	Blumenau	-	-
Em apuração	Blumenau	-	-
Em apuração	Florianópolis	-	-
Em apuração	Florianópolis	-	-
Em apuração	Florianópolis	-	-

3.5 Orientações técnicas

O produtor final terá duração entre 25 a 35 minutos e será dividido em uma abertura e quatro episódios independentes que terão entre cinco a sete minutos de duração.

Gravaremos as imagens com câmeras DSLR (Digital single-lens reflex cameras) Nikon D3200 e Nikon D5200 com resolução de 1920x1080 pixels e com uma câmera GoPro Hero 4 com resolução máxima de 4k. As lentes usadas serão AF-S Nikkor 18-55mm, AF-S Nikkor 50mm e AF-S Nikkor 55-200mm. Captaremos o áudio por dois microfones lapela, um conectado a uma das câmeras DSLR e outro conectado a um iPhone. Também faremos uso de dois tripés para captar detalhes e imagens estáticas. E a edição será realizada através do programa *Adobe Premiere CC 2014*.

4 CRONOGRAMA

4.1 Etapas concluídas

Período	Fases do projeto
Fevereiro a julho/2017	Apuração, gravação (entrevistas, passagens e imagens de apoio) e edição dos episódios em Balneário Camboriú e Joinville

4.2 Etapas a realizar

Período	Fases do projeto
01 a 15 de Agosto/2017	Gravação do episódio em Blumenau (entrevistas, passagens e imagens de apoio)
16 a 31 de Agosto/2017	Edição do episódio em Blumenau /Apuração do episódio em Florianópolis
01 a 15 de Setembro/2017	Gravação do episódio em Florianópolis (entrevistas, passagens e imagens de apoio) / Edição do episódio em Blumenau
16 a 30 de Setembro/2017	Edição do episódio em Blumenau
01 a 15 de Outubro/2017	Edição do episódio em Florianópolis / Gravação e edição da abertura
15 a 31 de Outubro/2017	Gravação imagens na Oktoberfest / Edição do episódio em Florianópolis / Publicação da abertura (primeira semana) e do episódio em Balneário Camboriú (segunda semana)
01 a 15 de Novembro/2017	Publicação do episódio em Joinville (primeira semana) e Blumenau (segunda semana) / Elaboração do relatório final

16 a 30 de Novembro 2017	Publicação do episódio em Florianópolis (primeira semana) /Elaboração do relatório final / Análise dos resultados obtidos com a divulgação da série (segunda semana)
Dezembro/2017	Defesa do TCC

5 RECURSOS E ORÇAMENTO

O orçamento para a execução do projeto será de R\$ 495,60 e custeado com recursos próprios. Este valor está relacionado as despesas com deslocamento para a realização das entrevistas e capturas de imagens, e gastos nos estabelecimentos que não oferecerem gratuitamente os pratos que serão experimentados. Os equipamentos utilizados para gravação dos vídeos e captação de áudios serão próprios das estudantes, porém também faremos uso de uma lente 50mm, a qual pegaremos emprestada no Laboratório de Fotografia do Curso de Jornalismo da UFSC.

CIDADE	DISTÂNCIA	VALORES
Balneário Camboriú	160 km (ida e volta) + 20 km (percorridos dentro da cidade)	R\$ 60 (gasolina) + R\$ 40 (estacionamento) + R\$ 20 (despesas com pratos)
Blumenau	296 km (ida e volta)	R\$ 86,30 (gasolina)
Florianópolis	50 km	R\$ 14,60 (gasolina)
Joinville	352 km (ida e volta)	R\$ 99,70 (gasolina) + R\$175 (despesas com pratos)

6 FINALIDADES

Com este Trabalho de Conclusão de Curso colocaremos em prática os conhecimentos obtidos em telejornalismo e produção de vídeos para a internet, os quais foram nossos guias durante toda a graduação. O produto final integra técnicas de apuração, entrevista, produção, apresentação, captações de imagens e edição e será usado como portfólio, que poderá abrir portas no mercado de trabalho. Além disso, o trabalho irá divulgar e valorizar as novas formas de gastronomia e seus serviços, proporcionando outras opções para a população e turistas das cidades visitadas. A divulgação por um canal no youtube permitirá atingir um maior número de pessoas, dessa forma poderemos analisar o número de visualizações e comentários nos vídeos, a fim de compreender se o produto está agradando o público e o que podemos melhorar.

REFERÊNCIAS

BORGES Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução digital:** como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. Tradução de Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009.

BRAUNE, Renata; FRANCO, Silvia Cintra. **O que é gastronomia.** São Paulo: Brasiliense, 2012. 109 p.

CASCUDO, Luiz da Câmara. **História da alimentação no Brasil.** São Paulo: EDUSP, 1983.

CARNEIRO, Henrique. **Comida e Sociedade.** Rio de Janeiro: Campus, 2003.

DEJAVITE, Fabia Angélica. **Infotainment:** informação + entretenimento no jornalismo. São Paulo: Paulinas, 2006.

ELKSTRÖM, Mats. **Information, Storytelling and attraction:** TV journalism in three modes of communication. London: SAGE, 2000.

G1 Santa Catarina. **Florianópolis espera aumento de 20% no número de turistas em 2017.** Disponível em < <http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2016/09/florianopolis-espera-aumento-de-20-no-numero-de-turistas-em-2017.html> > Acesso em abril de 2017.

GOMES, Itania Maria Mota. **Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo.** Salvador: EDUFBA, 2011.

IBGE 2014. Disponível em < <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/uf.php?lang=&coduf=42&search=santa-catarina> > Acesso em abril de 2017.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate.** Disponível em < http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf > Acesso em abril de 2017.

PEREIRA, Nereu do Vale. **Contributo açoriano para a construção do mosaico cultural catarinense**: coletânea de trabalhos do autor versando a presença do português açoriano na Ilha de Santa Catarina. Florianópolis: Papa-Livro, 2003.

RAMONET, Ignácio. **A tirania da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1999.

SOL – Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte. **Governo do Estado apresenta balanço da temporada de verão**. Disponível em < <http://www.sol.sc.gov.br/index.php/noticias/3318-governo-do-estado-apresenta-balanco-da-temporada-de-verao> > Acesso em abril de 2017.

VIDOR, Vilmar. **Industria e urbanização no nordeste de Santa Catarina**. Blumenau: Ed. da FURB, 1995.

BIBLIOGRAFIA

CONTRERAS, Jesús; GRACIA, Mabel. **Alimentação, sociedade e cultura**. Tradução de Mayra Fonseca e Barbara Atie Guidalli. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2011.

Festival de Dança Joinville. **O Festival**. Disponível em < <http://www.ifdj.com.br/site/index.php/institucional/> > Acesso em abril de 2017.

FF79 – 79^A Festa das Flores. Disponível em < <http://www.festadasflores.com.br/> > Acesso em abril de 2017.

BIBLIOGRAFIA A SER LIDA

BRILLAT-SAVARIN. **A Fisiologia do gosto**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

POULAIN, Jean-Pierre. **Sociologias da alimentação**: os comedores e o espaço social alimentar. Florianópolis: Editora da UFSC, 2004

ANEXOS
Termo de Aceite do orientador



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA UFSC
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO CCE
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

TERMO DE ACEITE DO ORIENTADOR

Florianópolis, ____ de _____ de _____.

Eu, _____, professor (a) do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, assumo a responsabilidade pela orientação, no semestre _____, do Trabalho de Conclusão de Curso do aluno (a) _____, matrícula _____, que tem como título “_____”.

Nome por extenso do professor
Número do SIAPE

Termo de uso do laboratório

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE LABORATÓRIO

Florianópolis, de de

Eu,, responsável pela Supervisão/Coordenação do Laboratório de, do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, declaro estar ciente de que o (a) aluno (a)

Matriculado (a) no Curso de Jornalismo, sob o número de matrícula, necessitará utilizar as dependências e os equipamentos disponíveis do referido Laboratório para uso no Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), a ser realizado no período de Como responsável pelo setor, comprometo-me a operacionalizar as demandas necessárias seguindo o cronograma previamente apresentado.

Nome por extenso do responsável
Número do SIAPE