

Receita em Prosa¹

Carolina Rodrigues de OLIVEIRA²
Geane Aparecida Durante AMARAL³
Kennedy Rosa da COSTA⁴
Leandro Fernandes LOPES⁵
Monalisa França da SILVA⁶
Rafael Duarte Oliveira VENANCIO⁷

Universidade Federal de Uberlândia, UFU, Uberlândia/MG

RESUMO

Receita em Prosa é um livro digital multimidiático. Cinco histórias são narradas com o objetivo de humanizar receitas e mostrar alguns afetos que envolvem a culinária. Buscamos, através da multimídia do livro, proporcionar aos leitores uma experiência de leitura diferente. Além disso, o *design*, a disposição de cores e as fotografias foram pensadas para chamar a atenção do público e dinamizar a leitura.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Livro de receitas; E-book; Multimídia; *Design* gráfico.

1 INTRODUÇÃO

Reunir várias pessoas em volta de uma mesa para comer é uma experiência que envolve afetos, memórias, tradições, entre outras circunstâncias. O livro digital Receita em Prosa objetivou colocar na “mesa” cinco pratos, as histórias e “personagens” que os permeiam.

A ascensão do meio digital possibilitou a convergência midiática de maneira mais recorrente. A internet sintetiza várias mídias em um suporte, trazendo-as de forma separada, convergente ou hibridizada. Na união entre hibridização e convergência midiática

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Jornalismo, modalidade Design Gráfico.

² Aluna líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, email: carolina_r.oliveira@hotmail.com.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, email: geanedurante@yahoo.com.br.

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, email: kennedyrdcosta@hotmail.com.

⁵ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, email: leandrofl@live.com.

⁶ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, email: monalisa_franca@hotmail.com.

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, email: rdovenancio@gmail.com.

acontecem “processos de interseção, de transações e de diálogo” implicando em movimento (MACHADO, 2010, p. 78).

Neste contexto, se insere o advento do livro digital, com transposição do suporte impresso para o digital. Receita em Prosa além de ser digital é multimídia. “Em lugar de pensar os meios individualmente, o que começa a interessar agora são as passagens que se operam entre a fotografia, o cinema, o vídeo e as mídias digitais” (MACHADO, 2010, p. 69).

O processo de multimídia é definido como um recurso que permite a junção de imagens, sons e vídeos, usando um único recurso, que, em nosso caso, é o computador (LEÃO apud AQUINO BITTENCOURT, 2013).

A multimídia é influenciada pela técnica e pela cultura. Define-se a partir da união de várias mídias em um suporte, mas também pelo uso que os indivíduos fazem dela.

A invenção é remodelada com base no reconhecimento e na apropriação social, de modo que a cultura impulsiona esses processos, mas também se altera em função destes, pautada pelo contexto espaço-temporal. [...]. Ainda que novidades técnicas propiciem novas práticas socioculturais, a apropriação social dessas técnicas também reformulam-nas, conferindo-lhe novos usos, originalmente não imaginados, e provocando o surgimento de novas maneiras de comunicação. A multimídia apresenta um caráter essencialmente técnico, mas permite apropriações que remodelam mecanismos operacionais a partir de interações sociais e hábitos culturais adquiridos, a partir de adaptações da técnica feitas pelos indivíduos (AQUINO BITTENCOURT, 2013, p. 4).

Essa multimídia influencia diretamente no *design* do livro. Os textos, fotografias, áudios e vídeo foram diagramados de forma a direcionar o leitor e dinamizar sua leitura.

A linguagem discorrida no livro é literária. Construimos os enredos das histórias de maneira a tornar nossos personagens únicos, pois “(...) é necessário ao mesmo tempo que o personagem seja único e que se eleve à altura de uma categoria. Precisa de particularidade para se tornar insubstituível, e suficiente generalidade para se tornar universal” (ROBBE-GRILLET, 1969, p. 22).

Além da questão que envolve o personagem, no âmbito de considerá-lo único, nos atentamos para a relação exercida pelo autor, através de sua obra, e o público que o assiste. Utilizamos recursos narrativos para fazer com que os personagens ganhassem mobilidade e aproximação do público (SALLES GOMES, 1964, p. 106).

Nosso produto, além de abarcar a multimídia, que já o torna diferente dos demais livros digitais com os quais nos deparamos, é inédito, pois, de acordo com as pesquisas que realizamos, não há, no mercado atual, nenhum livro digital, que consiga proporcionar a experiência multimidiática e ter seu conteúdo associado às memórias culinárias.

2 OBJETIVO

O livro digital *Receita em Prosa* é um produto desenvolvido para a disciplina Projeto Interdisciplinar em Comunicação V, do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, e tem o objetivo principal de humanizar receitas, fazendo com que cada uma tenha seu toque único e que não envolva somente o seu fazer, ou um manual de passo-a-passo; pelo contrário, o foco está nas histórias, nos personagens e porque, para cada um deles, determinada comida é considerada importante.

Outro objetivo foi a construção de um livro digital multimidiático, que nos possibilitaria colocar, além dos textos, narrativas imagéticas que remetesse ao processo de “feitura” da receita e seus significados para cada um dos personagens, aliando a isso mídias como áudios e vídeos.

O *design* do livro também almeja uma experiência diferenciada com imagens e áudios dispostos entre os textos, complementando a narrativa. Isso proporciona mais leveza na leitura, caracterizando o livro digital.

3 JUSTIFICATIVA

O livro *Receita em Prosa* se justifica pelo ineditismo de um livro multimídia, que mescla o audiovisual, a narrativa textual literária e o tema culinária. Ele foi pensado de forma a atrair um público bem diverso. Mais do que receitas, é um compilado de cinco narrativas que envolvem uma receita cada. Ressaltamos a relevância das relações familiares, a tradição, as características comuns e o prazer em cozinhar. A culinária e as histórias que estão por trás desta se responsabilizam pela humanização das narrativas apresentadas.

A multimídia, neste caso, é importante pois possibilita aos leitores uma experiência diferente de leitura e estética, proporcionando uma reflexão acerca de novas formas de narrar a culinária dentro do campo jornalístico.

Nos atentamos também à escolha das cores a serem utilizadas no livro. As cores escolhidas para o livro foram verde, rosa e laranja, devido às suas significações.

De acordo com uma pesquisa feita no ano de 2013, a cor verde nos passa a impressão de ambiente tranquilo e nos leva à mantermos certo equilíbrio e quando se junta à cor laranja, acaba por criar uma esfera de tranquilidade e amizade, visto que o laranja também reflete esses ideais (CARVALHO, 2013).

Essa combinação, enfim, coloca nosso leitor em estado de tranquilidade, pela presença do verde e também acaba por chamar a sua atenção, quando usamos o laranja, por ser uma cor considerada quente.

Além disso, o laranja, sendo uma cor quente, estimula a fome do leitor e, para um livro de culinária, esse fator foi um ponto decisivo para a escolha desta (AGÊNCIA EVEF, 2013).

Já a cor rosa foi elencada também para compor este cenário pelo fato de transmitir ao nosso leitor sensações como amor e bem-estar, que se une aos conceitos apresentados pelas cores verde e laranja. Também associa seu significado ao ambiente que a culinária nos proporciona, e remete à família e à união (O SIGNIFICADO, 2014).

Decidimos trabalhar com a culinária por ser um tema que proporciona a união da equipe, tanto nas questões de pesquisa quanto às que se referem à afetividade. Para evidenciar a nossa proposta de humanização das receitas, escolhemos o suporte livro, que remete à tradicional forma de anotar e armazenar receitas; entretanto, ao transpor para o meio digital, temos maior alcance de público e mais disponibilidade de recursos, permitindo-nos trazer para a narrativa: áudios, imagens e vídeos no intuito de nos aproximar dos leitores, para que conheçam melhor os personagens, receitas e processos.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Definido os objetivos, estabelecemos como seria o livro: personagens, construção das narrativas, estrutura gráfica, produção de fotos e vídeos, diagramação e *softwares* que poderiam ser utilizados.

Depois de decididos os personagens, fizemos entrevistas, captando fotos, áudios e vídeos, para dar início à construção das narrativas.

As fotos e os áudios foram capturados com os recursos tecnológicos pertencentes aos integrantes da equipe e também por equipamentos disponibilizados pelo curso de graduação. As fotos, por exemplo, foram capturadas a partir de câmeras diferentes, desde *smartphones* até câmeras profissionais.

O vídeo produzido no capítulo cinco – “Terça-Firmes” – teve duas “tomadas”; a principal foi gravada por uma filmadora Sony, modelo Handycam, e a secundária por uma câmera digital Sony, Cyber-shot. Foi editado no programa Vegas Movie Studio 13.0.

A proposta gráfica escolhida tende a colocar em destaque o trabalho com o texto e as imagens, de forma que o leitor possa ter uma visão ‘limpa’ de toda a página. Inserimos fotografias que remetessem aos momentos de produção da receita citada e de elementos que também caracterizassem o ambiente no qual os personagens estão inseridos.

A maioria das fotografias foram feitas com a câmera do curso de graduação, Nikon, modelo D3100. Além de editá-las no *software* PhotoScape de modo a corrigir pequenas imperfeições nas imagens, como saturação, brilho, corte, entre outros.

A tipografia também foi pensada de modo a trazer leveza e fluidez à leitura dos textos. Para isso, foram escolhidas três fontes: Cardenio Modern, para compor o título do livro, presente tanto na capa quanto na folha de rosto, além dos números das páginas; Delius, que foi usada para os títulos das histórias; e, Philosopher, utilizada ao longo de todos os textos.

Para diagramar o livro, utilizamos o software livre Scribus, em sua versão 1.4.3. Fizemos as composições das páginas, a formatação dos textos e imagens, além da numeração das páginas e capa. Também utilizamos de ícones, como as “conchas” (colheres) e faixas desenhadas no programa Adobe Illustrator para compor a identidade visual do livro.

Com o livro diagramado, exportamos como arquivo portátil de documento (PDF), e então utilizamos a plataforma PDF Dinâmico (Adobe Acrobat XI) para inserir os áudios selecionados e o vídeo produzido.

Para divulgação do produto multimidiático, criamos uma página intitulada “Receita em Prosa” na mídia social Facebook, onde apresentamos o livro e trazemos curiosidades, vídeos das entrevistas e depoimentos das fontes.

Como canal de retorno do nosso público, optamos por um e--mail (receitaemprosa@gmail.com), para responder dúvidas, receber sugestões e tomar conhecimento de novas histórias, de novos personagens e situações que envolvam culinária, comida, produção de alimentos, para possivelmente lançarmos um novo volume do e-book.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Durante a construção do produto multimidiático, constituído por 92 páginas, encontramos algumas dificuldades, como a escolha dos personagens e a locomoção para que pudéssemos entrevistá-los.

No decorrer das nossas pesquisas, encontramos várias pessoas e receitas que nos motivaram. Dentre elas selecionamos cinco histórias, que apresentam experiências diferentes em relação à comida: “Mané pelado, ops! Roubado”; “Entre Goiás e Minas”; “(Con)tradição em família”; “Em meio a temperos, violas e amigos”; e, “Terça-Firmes”, respectivamente. Para a construção dos textos, cada integrante da equipe ficou com uma narrativa, mas todos os membros estiveram envolvidos, direta ou indiretamente, em todas as histórias.

Nas entrevistas explicamos a nossa proposta e, sem roteiro de perguntas, pedimos que cada personagem contasse suas experiências e como aquela receita fazia parte de sua vida. Além da narrativa escrita, as fotografias e áudios gravados completam o material escrito, trazendo a visão da receita e fazendo com que o leitor tenha a dimensão do que ela demanda, quais são os ingredientes, entre outros elementos.

No caso do capítulo um, “Mané pelado, ops! Roubado”, a disponibilidade da entrevistada Mirian Isaías Ferreira era limitada. Por isso, a entrevistamos numa tarde de domingo, em sua casa na cidade de Ituiutaba-MG, logo depois do seu horário de trabalho.

Para compor as páginas e apresentar o processo de feitura do bolo de mandioca, a própria equipe produziu a receita e captou, por meio de fotografias, a singularidade de cada ensejo. E, na construção do texto, buscamos abordar a trajetória de vida da personagem, ao passo que expunha o fato gerador de interesse - o “roubo” da receita do bolo de mandioca.

O capítulo dois, “Entre Goiás e Minas” discorreu sobre um empreendimento gastronômico familiar. Entrevistamos Liciane Rodrigues de Oliveira, a dona do restaurante Banana da Terra em Uberlândia, e captamos fotografias da conversa, do ambiente e do famoso purê de batata salsa.

“(Con)tradição em Família” compõe o capítulo três e retrata em textos, fotos e áudios a tradição, da família de Oliveira, de fazer pamonhas. A questão que permeia a narrativa é a continuação ou não desse costume pelas filhas.

O capítulo quatro, “Em meio a violas, temperos e amigos”, mostramos como o grupo Companheiros da Viola une a música caipira, a comida e o trabalho social. Em todas as receitas, colocamos a quantidade de ingredientes originais de cada história. A receita da galinhada presente neste capítulo, segue os passos explicados por Márcio Pereira, com mais de dois quilos de arroz, já que seria destinado à uma grande quantidade de pessoas.

E, por fim, o capítulo cinco, “Terça-Firmes”, mostra diretamente a relação da comida como elo de união e afetividade de uma família que se reúne toda semana na terça-feira para celebrar a vida. Em praticamente todos os encontros da família não pode faltar o famoso molho de alho, receita apresentada na narrativa.

Para contemplar a multimídia e proporcionar maior dinamicidade e fluidez à narrativa, produzimos um vídeo com a receita do molho de alho. Optamos por mostrar somente essa receita em formato de vídeo por ter um processo de “feitura” relativamente mais simples, implicando em menos tempo de vídeo.

Para a produção desse vídeo, além da receita, conseguimos com a família Firmes o toque especial do molho e a descrição do processo, para representar de maneira mais verossímil a produção da iguaria.

Em todas os capítulos, a diagramação, a disposição das imagens e do áudio tendem a acompanhar as narrativas textuais (forma escrita/caracteres). Os áudios dispostos entre os textos proporcionam uma quebra na leitura, proporcionando pausas que ajudam a leitura. E a diagramação das imagens contribuem na maneira multimídia de narrar as histórias.

6 CONSIDERAÇÕES

Assim como os cadernos de receitas escritos à mão, o e-book guarda receitas e memórias. Receita em Prosa tem a pretensão de transmitir ao leitor as sensações e memórias dos entrevistados que a comida proporciona, mostrando que, além de alimentar o corpo, a culinária alimenta as memórias de quem consome.

A característica multimidiática e a estética buscam atrair um público diverso. As narrativas híbridas entre perfil e crônica, falam por si mesmas e fazem com que o leitor interprete e se sensibilize, independente do período de contato com o livro.

Com esse e-book, concluímos que é possível abordar a temática da culinária por um viés humanista, onde vemos muito mais que uma receita, conhecemos histórias e pessoas que veem na culinária um elo de memória, tradição, união e outros afetos.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA EVEF (Brasil). **Como as cores influenciam os logotipos**. [2013]. Disponível em: <<http://www.evef.com.br/artigos-e-noticias/design-grafico/127-como-as-cores-influenciam-os-logotipos>>. Acesso em: 10 maio 2016.

AQUINO BITTENCOURT, Maria Clara. **A multimídia como categoria de análise da convergência entre televisão e web**. In: 11ª Semana da Imagem na Comunicação, 2013, São Leopoldo. Disponível em: <<http://semanadaimagem.tecnoculturaaudiovisual.com.br/AQUINO.pdf>>. Acesso em: 13 jul. 2015.

CARVALHO, Henrique. **[INFOGRÁFICO] A PSICOLOGIA DAS CORES NO MARKETING E NO DIA-A-DIA**. 2013. Disponível em: <<http://viverdeblog.com/psicologia-das-cores/>>. Acesso em: 02 maio 2016.

BOAS, Sergio Vilas. **Perfis e como escrevê-los**. 2. ed. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

MACHADO, Arlindo. **Arte e mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Ed. 3ed. 2010.

O SIGNIFICADO das cores: O rosa em Propaganda, Publicidade e Marketing. 2014. Disponível em: <<http://www.portaldomarketing.net.br/o-significado-das-cores-o-rosa-em-propaganda-publicidade-e-marketing/>>. Acesso em: 10 maio 2016.

ROBBE-GRILLET, A. Um caminho para o romance do futuro e Sobre algumas noções obsoletas. In: **Por um novo romance**. São Paulo: Editora Documentos LTDA, 1969.

SALLES GOMES, P. E. A personagem cinematográfica. In: **A personagem de ficção**. São Paulo: USP. 1964.