

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO - UNIBRA
CURSO DE GRADUAÇÃO TECNOLÓGICA EM
GASTRONOMIA

NILTON HENRIQUE GOMES DE SOUZA

**A IMPORTÂNCIA DA REPRESENTAÇÃO DA
GASTRONOMIA NA MÍDIA**

RECIFE/2022

NILTON HENRIQUE GOMES DE SOUZA

A IMPORTÂNCIA DA REPRESENTAÇÃO DA GASTRONOMIA NA MÍDIA

Artigo apresentado ao Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA,
como requisito parcial para obtenção do título de tecnólogo em
Gestão em Gastronomia.

Professor Orientador: Pedro Oliveira

RECIFE/2022

Ficha catalográfica elaborada pela
bibliotecária: Dayane Apolinário, CRB4- 1745.

S729i Souza, Nilton Henrique Gomes de
A importância da representação da gastronomia na mídia / Nilton
Henrique Gomes de Souza. Recife: O Autor, 2022.
26 p.

Orientador(a): Me. Pedro Arthur do Nascimento Oliveira.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro Universitário
Brasileiro – UNIBRA. Tecnólogo em Gastronomia, 2022.

Inclui Referências.

1. Mídia. 2. Gastronomia. 3. Influência. 4. População. I. Centro
Universitário Brasileiro - UNIBRA. II. Título.

CDU: 641

Este trabalho é todo dedicado à minha mãe, minha avó e a minha noiva, pois é graças aos seus esforços que hoje posso concluir o meu curso.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a minha família e amigos, por estarem ao meu lado, durante toda essa trajetória, graças a esse apoio consegui forças para finalizar meu curso e esse trabalho. A minha mãe que me apoiou e me incentivou em todos os momentos, minha avó que esteve sempre ao meu lado, me mantendo focado. A minha noiva, porque sem ela não teria coragem para continuar. E a mim mesmo por não desistir deste percurso. A Gastronomia é algo que me acalma e me traz alegria. É muito gratificante estar finalizando essa etapa, para dar início a muitas outras que se Deus quiser estarão por vir. Aos nossos professores e orientadores, que nos apoiaram e não mediram esforços ao transmitir os conhecimentos adquiridos no decorrer do curso. Obrigado a todos.

Gastronomia não é apenas uma forma de se alimentar bem, também é uma forma de sedução.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 OBJETIVO GERAL.....	10
3 DELINEAMENTO METODOLÓGICO.....	10
4 RESULTADOS.....	11
4.1 Cinema e Gastronomia.....	13
4.2 TV e Gastronomia.....	14
4.3 Redes Sociais e Gastronomia.....	17
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	23
6 REFERÊNCIAS.....	25

A Importância da Representação da Gastronomia na mídia

Nilton Henrique Gomes de Souza

Orientador: Professor Pedro Oliveira

Resumo: Este estudo vem com o objetivo de esclarecer a importância do papel da mídia para a Gastronomia na atualidade, evidenciando seu papel de influência na população. A ideia para esse tema veio a partir da representação do universo gastronômico na mídia, seja em filmes, desenhos animados, programas de tv e nas redes sociais. A culinária vem ganhando no decorrer dos anos, um espaço e influência cada vez maior na vida das pessoas, alcançando assim os mais variados ambientes.

Desse modo, informações foram aproveitadas a partir de sites, blogs, livros e artigos para as finalidades deste trabalho. Por meio dessas análises foi possível observar o quanto a mídia possui um papel essencial nos dias de hoje para a gastronomia. Abrindo espaços para que mais pessoas possam se inserir no universo plural da culinária.

Palavras Chaves: Mídia- Gastronomia- Influência- População

Abstract: This study comes with the objective of clarifying the importance of the role of the media for Gastronomy today, highlighting its role of influence in the population. The idea for this theme came from the representation of the gastronomic universe in the media, whether in movies, cartoons, tv shows and social networks. Over the years, cuisine has gained an increasing space and influence in people's lives, thus reaching the most varied environments. Thus, information was used from websites, blogs, books and articles for the purposes of this work. Through these analyzes it was possible to observe how much the media has an essential role nowadays for gastronomy. opening spaces so that more people can enter the plural universe of cuisine.

Keywords: Media- Gastronomy- Influence- Population

1 Introdução

A Gastronomia possui um papel de grande importância na história da humanidade. A sociedade desde os princípios faz uso da culinária como forma de se expressar. Desse modo, a gastronomia não ficou limitada apenas ao ato de se alimentar, ela está atrelada a vários significados, sejam eles históricos, sociais ou culturais.

Comer serve não só para manter a máquina biológica do nosso corpo, mas também para concretizar um dos modos de relação entre as pessoas e o mundo, desenhando assim uma das referências fundamentais no espaço-tempo. (LAVINAS, 2015, p.1 apud CERTEAU, 2005, p. 250).

O universo culinário sempre foi muito extenso, e repleto de significados e costumes, independente da localidade. É de amplo conhecimento que cada país e continente possui suas particularidades quando o assunto é cultura e alimentação. Mas graças aos avanços tecnológicos e influência da mídia, principalmente na atual era digital, se tornou mais fácil o acesso a informações e conteúdos que envolvam a gastronomia de todos os continentes.

A gastronomia passa bem longe do caráter utilitarista. No imaginário gastronômico a refeição aparece, ao mesmo tempo, como forma de prestígio para quem é convidado e demonstração de generosidade de quem convida. Trata-se de uma forma de unir as pessoas e trocar culturas. (Tucherman, 2010)

A mídia sempre esteve atrelada a culinária, desde os livros de receitas de nossas mães e avós, revistas que eram comumente compradas por nossas famílias até os programas de TV, porém hoje o acesso a esse tipo de conteúdo se tornou mais rápido e fácil, alcançando assim um grande público.

De acordo com Vargês (2022),

Na atualidade, as redes sociais desempenham um papel central em nossas sociabilidades, exercendo um impacto inexorável na maneira como nos comunicamos, nos hábitos de consumo, no acesso à informação e diversas outras esferas que constituem nossa organização enquanto sociedade.

Desta maneira é importante abordar essa representação que a mídia vem proporcionando para a gastronomia, que por sua vez resulta em uma popularização e ressignificação da culinária nunca antes vista. De tal forma que amplia o conceito de gastronomia.

2 Objetivo Geral

Esclarecer como a mídia tem um papel importante para a gastronomia, sendo uma grande aliada do universo culinário. Explanando como a Gastronomia vem se desenvolvendo, atualizando e alcançando novos espaços, graças à influência midiática.

3 Delineamento Metodológico

Para a elaboração deste presente trabalho foram utilizadas técnicas de pesquisas bibliográficas. Dessa forma, foram aproveitados livros, sites, inclusive os de busca como o Google Acadêmico, revistas e artigos científicos, como base para coleta das informações.

Com o propósito de obter conhecimentos e dados para a organização dessa pesquisa, foram selecionados textos que continham as palavras chaves, como Gastronomia e Mídia. Visando assim aprofundar e esclarecer as informações a respeito do tema escolhido.

A pesquisa bibliográfica é habilidade fundamental nos cursos de graduação, uma vez que constitui o primeiro passo para todas as atividades acadêmicas. Uma pesquisa de laboratório ou de campo implica, necessariamente, a pesquisa bibliográfica preliminar. Seminários, painéis, debates, resumos críticos, monográficas não dispensam a pesquisa bibliográfica. Ela é obrigatória nas pesquisas exploratórias, na delimitação do tema de um trabalho ou pesquisa, no desenvolvimento do assunto, nas citações, na apresentação das conclusões. Portanto, se verdade que nem todos os alunos realizaram pesquisas de laboratório ou de campo, não é menos verdadeiro que todos para elaborar os diversos trabalhos solicitados, deverão empreender pesquisas bibliográficas (Sousa, Oliveira e Alves, 2021, p.65 apud ANDRADE, 2010, p. 25)

4 Resultados

Nos últimos anos a mídia se tornou um ambiente convidativo e promissor para a culinária. Desde programas de TV até nas redes sociais, a gastronomia vem ganhando espaço e representatividade, alcançando inclusive um público que não possui costume de cozinhar.

Neste aspecto, parece que vivenciamos uma modificação, não só da forma como a mídia atribui valor à gastronomia, como também da relação desta com a produção de sentidos e subjetividades. (Lavinias, 2015)

Podemos considerar a alimentação para Barbosa et al. (2018),

A Alimentação é assim um fato da cultura material, da infraestrutura da sociedade; um fato da troca e do comércio, da história econômica e social, ou seja, parte da sua estrutura produtiva da sociedade. Mas também é um fato ideológico, das representações da sociedade- religiosas, artísticas e morais- ou seja, um objeto histórico complexo, para o qual a abordagem científica deve ser multifacetada.

Antigamente era comum recorrer a revistas, livros de receitas, ou a conhecimentos de nossos familiares sobre culinária, mas devido a essa expansão na mídia e aos

avanços tecnológicos, a quantidade de informações divulgadas e trocadas, tornou-se maior e mais constante, dessa forma a gastronomia foi privilegiada, se tornando cada vez mais influente em nosso cotidiano, atraindo assim, pessoas de todas as idades.

Nota-se que para Módolo e Frederico (2007) apud Franco (2001, p. 23-24),

Os hábitos culinários [conjunto de regras e maneiras que orientam um indivíduo ou um grupo na preparação e no consumo dos alimentos usuais] de uma nação não decorrem somente do mero instinto de sobrevivência e da necessidade do homem de se alimentar. São expressões de sua história, geografia, clima, organização social e crenças religiosas. Por isso, as forças que condicionam o gosto ou a repulsa por determinados alimentos diferem de uma sociedade para outra.

A imagem da gastronomia está relacionada a inúmeros fatores e de acordo com Frederico e Módolo (2007),

Admitir que a cultura gastronômica é um resultado de interferências de diversas culturas é fundamental para ampliar a análise de imagens da culinária em revistas especializadas em gastronomia de diferentes países, revelando muito mais do que hábitos alimentares de sua origem como traços culturais representados além do tipo do alimento preparado.

O Ato de Cozinhar está muito atrelado a compartilhar ideias, socializar e criar vínculos do que apenas preparar o alimento em si. A gastronomia nos possibilita a criação de momentos e lembranças importantes, e a comunicação através da mídia, favorece essa interação.

Dessa forma, sem precisar viajar ou visitar restaurantes diversos, descobrimos técnicas e receitas de cozinhas de outros países, como por exemplo, Turquia, Grécia, Itália, entre tantos outros, através de um vídeo no Youtube ou uma receita escrita em um blog de culinária. Proporcionando assim maior visibilidade para o universo gastronômico e uma difusão de conhecimentos.

4.1 Cinema e Gastronomia

A representação da Gastronomia através das telonas dos cinemas tornou-se frequente no decorrer da história e em nosso cotidiano, encontramos com facilidade um acervo de valor imensurável de filmes e animações, que retratam a culinária em todas as suas singularidades e parâmetros.

Sendo presente em variados gêneros de filmes como: Terror, drama, comédia, romance, ficção, animações infantis e adultas, históricos, biografias e etc. A gastronomia é representada no cinema, muitas vezes de forma sutil ou não, por exemplo, através de uma receita que está sendo elaborada durante uma cena de algum filme, um drink sendo compartilhado entre personagens de uma animação, uma ceia natalina compartilhada entre familiares, e etc.

Alguns filmes trazem a gastronomia como temática principal, sendo mais comum observarmos esse destaque, em filmes históricos e de romance. O cinema busca evidenciar e representar nossas vidas, dessa maneira com a Gastronomia e tudo que são inerentes a ela, não seria diferente. Esses filmes e animações transmitem a mensagem e nos faz refletir que, a culinária faz parte do nosso cotidiano, história e vida, e que estamos conectados com o ato de comer. Uma das questões mais importantes que o cinema deixa visível, é que, a refeição está atrelada as nossas relações com o próximo e com nosso íntimo.



Cena do Filme Ratatouille - Fonte da imagem: <https://mundodecinema.com/wp-content/uploads/2016/09/Ratatouille.jpg>

4.2 TV e Gastronomia

É fato que os programas de culinária alcançam inúmeros telespectadores ao redor do globo a muitos anos, mas vale salientar que, com o passar do tempo, eles se atualizaram, de tal forma que começaram a atingir públicos maiores e mais diversos.

Para Lavinias (2015),

É possível, ainda, notar-se um aumento significativo de produtos midiáticos, dentre eles, programas de TV, filmes, livros e revistas nacionais e importados e endereços na Internet com temas gastronômicos, seções de gastronomia nas livrarias que abordam o tema, além da supervalorização dos chefs de cuisine, elevados ao grau de celebridades.

Os primeiros programas de culinária da televisão seguiam um modelo bem diferente do que estamos acostumados hoje, tínhamos um apresentador ensinando as técnicas e passo a passo das receitas, sem muitos aparatos tecnológicos ou grandes edições, em contrapartida, nos atuais, observamos uma maior dedicação por parte das emissoras de Tv, como, um melhor enquadramento de câmera, melhores edições, roteiros e formatos, tornando os programas, mas atraentes aos olhos do público.

Os Realitys show que já eram comuns no universo televisivo, também não ficaram de fora. Atualmente existem inúmeros Realitys de culinária, de todos os tipos, e para todos os gostos e idades.

Conforme Lavinias (2015) “As narrativas gastronômicas que são produzidas por meio da mídia televisiva podem vir a simbolizar a ressignificação da gastronomia, à medida que através das lentes da TV, a arte da gastronomia se transforma num meio de conduzir a multiplicidade de sentidos da cultura da nossa atualidade, que carrega

consigo transformações, valores e comportamentos inerentes da sociedade que vivemos”.

Aqui no Brasil possuímos grandes exemplos de programas culinários, ou que trazem conteúdos relacionados ao tema em algum quadro, como o Mais Você, com a Ana Maria Braga, Cozinha Prática, com a Rita Lobo, Programa da Palmirinha, entre outros. Alguns têm origem estrangeira, mas possuem suas versões brasileiras como Bake Off Brasil, Pesadelo na Cozinha, Hell’s Kitchen Brasil, e um dos maiores influenciadores, o Master Chef Brasil, que fez tanto sucesso que trouxe consigo várias versões, como o Master Chef Profissionais, Amadores e Kids.

Para Dantas e Chaves, 2020 apud SANT’ANNA, 2003,

No Brasil, os reality shows têm conferido um aumento do espaço da visibilidade da gastronomia. A comida e a cozinha entraram para as telas do glamour, da exacerbação estética e da sofisticação, sendo consideradas espetáculos da contemporaneidade.



Fonte da imagem: https://br.freepik.com/vetores-gratis/ilustracao-abstrata-do-acampamento-de-culinaria_20892169.htm#query=cursos%20de%20culinaria&position=16&from_view=keyword

A Gastronomia ocupou lugares significativos no meio televisivo, criando inclusive uma linguagem própria e influenciada pelo meio, chegando até o jornalismo.

O jornalismo gastronômico é um dos temas do jornalismo cultural que mais vem crescendo no Brasil, juntamente com a importância da própria gastronomia/.../ em vez de frequentar apenas as seções de receitas das publicações femininas, como antigamente, a gastronomia agora figura como assunto recorrente em publicações de todos os tipos, voltadas para públicos variados. Bezerra e Pellerano (2018) apud AMARAL, 2013, p. 11)

É muito comum as pessoas assimilarem a gastronomia ao alto requinte e restaurantes renomados, porém a alimentação está inserida em nossa vida e dia-a-dia desde sempre, dessa maneira, a gastronomia também está. Dessa forma, a junção do alimento a mídia, nesse caso a televisiva, levou o alimento a um novo patamar, tornando-o em uma forma de entretenimento.

A Gastronomia vai além de técnicas e aparatos, segundo Barbosa, Barbosa e Biazin (2018, p.5),

Gastronomia é a boa mesa; é a atividade de indivíduos que têm um interesse predominante pela comida, as quais experimentam e criticam, e sobre a qual frequentemente teorizam e publicam essas observações. Gastronomia é ainda, a procura deliberada de modificações que podem aumentar o prazer a mesa

Os programas televisivos de culinária têm sido essenciais quando o assunto é modificar a imagem do alimento para a população. Os telespectadores ao assistir os programas, e se sentir familiarizados, envolvidos de toda a perspectiva e universo da gastronomia, são incentivados a testar as técnicas culinárias, receitas, consumir os produtos apresentados nos intervalos dos programas, até mudar sua forma de se alimentar. Criando assim um vínculo profundo com a alimentação.

Para Pizzutti (2018) apud TUCHERMAN (1995), podemos considerar,

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 acompanhada de fadiga e ainda nos descansa de todos os outros.

De acordo com Chaves e Dantas (2020), O ambiente apresentado nos programas de Culinária, divulga mensagens que envolvem questões mais complexas, acrescentando mais elementos ao ingênuo ato de cozinhar. Dessa maneira, o movimento do mercado e dos meios de comunicação e da mídia engrandecem a gastronomia, transformando-a em um objeto de desejo, imaginário social, realização profissional e símbolo, garantindo a culinária um caráter espetacular.

4.3 Redes Sociais e Gastronomia

Nessa era repleta de tecnologia e avanços constantes da mídia, a internet e as redes sociais como Instagram, Youtube, Twitter, Facebook, Pinterest e até o novato, Tik tok, vem como ferramentas de grande poder de divulgação e persuasão. Facilitando o alcance das informações e conteúdos relacionados ao universo gastronômico.

De acordo com Rezende e Lavinias(2017),

Cabe ressaltar que a comida, ao longo da história sempre exerceu um papel simbólico, já que sua amplitude e significados extrapolam o ato alimentar em si. A cozinha, entendida como uma das práticas essenciais do

cotidiano, pode ser compreendida como um mapa de cada sociedade, na medida em que no seu interior é possível interpretar gestos, gostos, afetos, hierarquia, vínculos sociais, entre outros aspectos.

As redes sociais vêm como uma porta de entrada para que as pessoas descubram novos sabores e culturas, além de ser um aliado quando o assunto é publicidade para os restaurantes, por exemplo. Sendo utilizadas desde um indivíduo comum que gosta de compartilhar suas receitas caseiras até um chef de cozinha renomado.



Fonte da imagem: <https://blog.unipar.br/curso-de-gastronomia/>

Como resultado dessa popularização da gastronomia, algumas expressões como, Cozinha Saudável, Gourmet, Cozinha Prática, e etc., começaram a ser utilizadas pelas pessoas de forma mais recorrente. Além do que, vem se tornando frequente o uso de termos e palavras criativas para nomear restaurantes e lanchonetes; tornou-se comum nos depararmos com muitas Docerias, Bistrôs, Hamburguerias Gourmets, Açaiterias e Cuscuzerias.

Para Reis (2015),

A criação de expressões próprias da gastronomia, pois com seu desenvolvimento houve a necessidade de criação de novas linguagens que a representassem, nos mostra o princípio de sua significação, o princípio do que ela viria a ser nos dias de hoje. Tanto no âmbito das práticas, costumes e sabores, como no âmbito comunicacional, ou seja, na forma com a qual ela é exposta e percebida pelos indivíduos.

A movimentação da indústria ao criar novos produtos relacionados a culinária, como panelas de pressão mais eficientes e eficazes, fornos elétricos modernizados e repletos de funções, ou aqueles itens que trazem várias funções em um só produto, também está relacionado a essa crescente aliança entre a mídia e a Gastronomia.

Conforme, Lavinias e Rezende (2017) apud HENRIQUES (2015, p. 4)

Marcadamente, na sociedade contemporânea, com o poder e influência da mídia, vivenciamos outro momento da história da alimentação, com sua ressignificação e desempenho de novos papéis. No século XXI, o conhecimento sobre a gastronomia [1] parece ter sido ampliado: “na mídia, crescem os espaços dedicados ao repertório. Nas TVs, sobejam programas com chefs, subchefes e, até minichefs, com crianças limpinhas e marciais. A cultura gastronômica avançou muito nos últimos anos.

Segundo Muller et al (2010) apud Ikeda(2004),

É na alimentação humana que se materializa a estrutura da sociedade, que se atualiza a interação social, sócio ambiental e as representações socioculturais dos que têm em comum uma mesma cultura. A abstração conceitual da cultura se concretiza no prato.



Fonte da Imagem:

<https://br.freepik.com/search?format=search&query=culin%C3%A1ria%20vetores%20tablet>

Dessa maneira, a culinária vem se modificando, atualizando e se moldando a nosso cotidiano cada vez mais influenciado pela mídia. As pessoas começaram a desenvolver um olhar mais atraente e diversificado para culinária, e grande parte delas não tinham costume ou nunca ousaram se dedicar a cozinha. Em decorrência dessa popularização gastronômica o número de escolas, Cursos e faculdades que trazem a gastronomia como forma de ensino, também aumentou, tanto no Brasil como no mundo.

A mídia ainda influencia na forma econômica, quando o assunto é gastronomia. No Brasil o setor gastronômico vem se destacando, sendo um dos setores que mais crescem. O aumento do número de restaurantes e da diversidade deles também está atrelado a essa representação.

Os costumes alimentares, a forma como as pessoas consideram o ato alimentar, por si e no meio de suas outras atividades, refletem as escalas de valores e as áreas de interesse que retêm a atenção dos membros da sociedade. (Barbosa et al. 2018)

Segundo Varges (2022),

Neste contexto, a gastronomia, como parte da cultura, das relações humanas e, portanto, também um item “mercantilizável” nas redes sociais, se torna, como qualquer outra, um campo de atuação passível para influenciadores digitais. Ao mesmo tempo, profissionais de gastronomia já estabelecidos em sua área de atuação, por sua notoriedade, relevância midiática e expertise gastronômico, tornam-se influenciadores digitais em potencial.

Conforme Chaves e Dantas (2020), “Podemos considerar que a mídia possibilitou uma visibilidade mais expressiva para trabalhos ocultos, ou por assim dizer, sem grande foco, que fazem parte do universo gastronômico, e que na maioria das vezes, aparecem de forma romantizada e até poética. De tal maneira que, os telespectadores dos programas culinários, sentem-se incentivados e desafiados a cozinhar”.

Para Ronchetti et Al (2014),

As mídias possuem papel importante para preservação do conhecimento tradicional (que é por essência, em geral mais tácito do que explícito), principalmente em sequência ao conceito de cultura midiática, pois as mídias têm o poder de capturar, selecionar, armazenar, sistematizar, produzir, resgatar e distribuir o conhecimento.

Essa representação do universo gastronômico através da mídia é de grande relevância, por manter a cultura culinária viva, proporcionando seu alcance a mais pessoas e ambientes dos mais diversos tipos.

Para Pizzutti (2018) apud Jacob (2013.p.114), “Existe culinária, gastronomia, alimentação, receitas e itens culinários por todos os lados e ambientes: Nos filmes, televisão, revistas, rádio, livrarias, publicidade e afins. Não queremos salientar que a importância da alimentação cresceu ou veio à tona agora, através da mídia, todos sabemos que a alimentação e a gastronomia sempre estiveram envolvidas com nossas vidas e nossas culturas, mas que está claro que seu nível de divulgação e visibilidade através da mídia, cresceu e vem aumentando gradativamente.

Dessa maneira, as técnicas, receitas e conhecimentos, relacionados a Gastronomia ganham uma maior visibilidade. Apesar de muitos desses conhecimentos passarem a ser reformulados e atualizados, elas não perdem sua essência e importância.

A Gastronomia vai além de boas práticas a mesa, costumes, técnicas e receitas, ela está imersa em relações e códigos sociais. Para Furtado (2011) apud Amaral (1999, p.61-63), a preparação de uma refeição envolve além do sabor, a sedução, o requinte e o humor, sendo uma razão de prazer para todos.



Fonte da Imagem: <https://viacarreira.com/gastronomia>

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Gastronomia traz consigo uma carga histórica e cultural imensurável, ela não se limitou ao ato de se alimentar. Podemos considerá-la como parte da evolução e desenvolvimento da humanidade, sendo uma cultura viva e mutável. Ao longo dos séculos, ela vem se adaptando às mudanças da sociedade e evoluindo, inclusive com os avanços da mídia e das tecnologias.

Vivemos um momento de valorização da Gastronomia, principalmente através dos meios midiáticos, o público que consumia esse tipo de conteúdo se tornou mais pluralizado, hoje em dia pessoas de todas as idades desenvolveram um interesse e desejo pela culinária, saindo assim da bolha das pessoas mais velhas e profissionais da área.

Na atualidade, a gastronomia possui uma influência na mídia bastante significativa, assim como vice e versa. A representação da gastronomia através da mídia acarreta em inúmeros benefícios, inclusive econômicos. O grande fluxo de informações sendo divulgadas por meio das redes sociais, aumentou a interação das pessoas, isso facilitou para que a Gastronomia se tornasse influente em nosso dia a dia, passando além do ato de alimentação em si, e atingindo um patamar de lazer e socialização.

A Gastronomia alcançou diversos ambientes e públicos, tanto nacional como internacionalmente, por incontáveis fatores e motivos, um deles é o aumento do interesse pelo assunto através das mídias sociais.

A facilidade de acesso aos conteúdos inerentes a gastronomia por meio das mídias trouxe alguns traços para nossa sociedade, a culinária ultrapassou os limites dos restaurantes e livros de receitas, ocupando espaços nunca antes vistos e atraindo mais e mais pessoas.

Com isso a Gastronomia vem ampliando seus espaços e conceitos em meio a nossa sociedade, acompanhando o ritmo frenético de informações que são divulgados constantemente por meio das mídias e redes sociais, estabelecendo um legado de

influenciadora e influenciada. Desse modo, nossa sociedade tem criado um laço maior e mais profundo com a culinária, criando e recriando significados. Elevando os elementos gastronômicos para outros patamares.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, C. R.; BARBOSA, L. R.; BIAZIN, D. T. **Gastronomia e mídia. Revista Terra & Cultura: Cadernos de Ensino e Pesquisa**, v. 32, n. 62, p. 19-31, 2018.

BEZERRA, B. B.; PELLERANO, J. **Publicidade e gastronomia: um estudo sobre a apropriação estética de programas televisivos de cozinha na produção de conteúdos de marca. Culturas Midiáticas**, v. 11, n. 2, 2018.

CHAVES, Viviany Moura; DANTAS, Alexsandro Galeno Araújo. **Espetáculo à mesa: midiatização da cozinha nos reality shows de gastronomia. Revista Mídia e Cotidiano**, v. 14, n. 2, p. 244-260, 2020.

DE GUSMÃO RONCHETTI, A.; PERASSI, R.; FIALHO, F. A. **A Utilização das Mídias na preservação dos conhecimentos tradicionais em Gastronomia. Travessias**, v. 8, n. 2.

DE SOUSA, A. S.; DE OLIVEIRA, G. S.; ALVES, L. H.. **A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. Cadernos da FUCAMP**, v. 20, n. 43, 2021.

FURTADO, Silvana Mello. **Uma reflexão sobre a hospitalidade nos meios de comunicação: um estudo da gastronomia nos programas de TV. Revista Hospitalidade**, v. 8, n. 1, p. 109-130, 2011.

FREDERICO, Renata Leite Raposo; MÓDOLO, Cristiane Machado. **Identidade cultural nas imagens da mídia especializada em gastronomia. FÓRUM DA DIVERSIDADE E IGUALDADE: CULTURA, EDUCAÇÃO E MÍDIA**, Bauru, 2007.

LAVINAS, E. **A narrativa “espetacularizada” dos reality shows de gastronomia. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO-INTERCOM. 2015. p. 1-2.**

MULLER, S. G.; AMARAL, F. M.; REMOR, C. A.. **Alimentação e cultura: preservação da gastronomia tradicional. Anais do VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Caxias do Sul, 2010.**

PIZZUTTI, Carolina Bigolin. **Gastronomia, cultura e comunicação: percepções do público sobre tastemade Brasil e o caderno de receitas da vovó. 2018**

REIS, Ingrid dos. **Gastronomia como espetáculo midiático. 2015.**

REZENDE, Renata; LAVINAS, Eleonora Leite Costa. **Gastronomia midiática: reality shows e a estetização da comida na TV. Lumina, v. 11, n. 3, p. 75-94, 2017.**

TUCHERMAN, Ieda. **Gastronomia, Cultura e Mídia: o longo percurso “Você é o que você come”**. Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, v. 17, n. 3, p. 314-323, 2010.

VARGES, Júlia Pessôa. **Mídia e Gastronomia: Anthony Bourdain, influencer além da vida. ANALECTA-Centro Universitário Academia, v. 7, n. 2, 2022.**