

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO - BACHARELADO

BRENDA LUÍSA DALCERO

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

CAXIAS DO SUL
2020

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	3
1 INTRODUÇÃO	4
2 APRESENTAÇÃO DO CAMPO DE ESTÁGIO.....	4
3 DIAGNÓSTICO DO CAMPO DE ESTÁGIO	7
3.1 REFLEXÃO TEÓRICA.....	11
3.2 PROPOSTA DE PLANO DE AÇÃO	16
4 RELATO DE EXECUÇÃO	17
4.1 RESULTADOS ALCANÇADOS	19
5 PARECER DO SUPERVISOR DO CAMPO DE ESTÁGIO	20
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	21
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	22

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Capa da Revista Bon Vivant, edição nº 165.....	5
Figura 2 - Capa do jornal <i>A Vindima</i> de dezembro de 2015.....	6
Figura 3 - A edição 179 da revista foi uma das últimas a circular de forma impressa.	7
Figura 4 - Página inicial do portal Bon Vivant.....	8
Figura 5 - Guia temático <i>40 vinhos brancos</i> , outubro de 2020	9
Figura 6 - Exemplo de reportagem do guia	9
Figura 7 - Apresentação dos produtos avaliados no guia temático	10
Figura 8 – A pirâmide deitada de Canavilhas (2006)	12
Figura 9 - Menu de categorias do <i>site</i>	14
Figura 10 - Galeria de Imagens.....	17
Figura 11 – Primeira reportagem na página inicial do <i>site</i>	18
Figura 12 – Segunda reportagem na página inicial do <i>site</i>	18
Figura 13 - Registro fotográfico do encontro de degustação.....	19

1 INTRODUÇÃO

O presente documento apresenta o relatório do período de estágio curricular realizado pela acadêmica Brenda Luísa Dalcero na Revista Bon Vivant. O relato é acompanhado por diagnóstico do campo de estágio, estudo teórico e propostas de ações para o veículo. O trabalho foi desenvolvido para a disciplina de Estágio em Jornalismo, orientada pela Prof. Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista na Universidade de Caxias do Sul.

O objetivo deste relatório é apresentar as vivências da acadêmica durante os meses de estágio, bem como analisar a comunicação realizada no veículo, a fim de contribuir com a qualificação do conteúdo produzido pelo *site* da Bon Vivant. Para a elaboração das propostas, foi realizada uma reflexão teórica, a partir das temáticas Jornalismo Online, Jornalismo Especializado e Empreendedorismo em Comunicação.

2 APRESENTAÇÃO DO CAMPO DE ESTÁGIO

A revista Bon Vivant foi fundada no ano de 1998, no município de Garibaldi, no Rio Grande do Sul, e teve como idealizador o enólogo argentino Adolfo Lona, que é dono de uma vinícola no município. Era, inicialmente, um jornal, publicado em formato tabloide, e tinha como principal público-alvo enólogos e vitivinicultores. De acordo com os registros, é o primeiro jornal sobre vitivinicultura do Brasil. Tratava-se de um veículo especializado, de circulação mensal, que oferecia conteúdo de caráter técnico a seus leitores. Os conteúdos incluíam artigos de profissionais do setor da uva e do vinho e agrônomos, sobre as etapas do vinhedo no campo e elaboração das bebidas, entre outros assuntos, mas sem produção de materiais destinados ao consumidor final.

Em 2003, a publicação foi adquirida pelo empresário Carlos Raimundo Paviani, de Flores da Cunha. A partir de então, a Bon Vivant passou a ser produzida pela equipe do jornal O Florense, tendo como editora-chefe a jornalista Andréia Debon, que segue como responsável pelo veículo até hoje¹.

¹ As informações deste levantamento histórico foram baseadas em entrevista com a jornalista.

De 2003 a 2006, a Bon Vivant continuou como jornal, em formato tabloide. Após esse período, a equipe sentiu a necessidade de uma mudança na publicação, motivada principalmente pela demanda do público, que exigia um material mais refinado. Com o tempo, o veículo passou a utilizar papéis de qualidade superior e acabou transformando-se em uma revista. A mudança chegou também ao conteúdo: com a transformação em revista, a Bon Vivant passou a ter como principal foco o consumidor final, com informações relacionadas ao serviço do vinho, sugestões de produtos, harmonizações, entre outros.

Figura 1 - Capa da Revista Bon Vivant, edição nº 165



Fonte: Bon Vivant /Divulgação

Para abarcar o conteúdo técnico que costumava ser produzido pela Bon Vivant, foi fundado o jornal A Vindima, que seguiu voltado a profissionais da área da vitivinicultura e produção do vinho.

Figura 2 - Capa do jornal *A Vindima* de dezembro de 2015.



Fonte: A Vindima/Divulgação

A década seguinte foi de anos prósperos para a publicação, que chegou a ter mais de 5 mil assinantes, espalhados em todas as regiões do Brasil. A maior abrangência levou também a uma abertura editorial. Assim, assuntos como gastronomia, viagens e turismo eram pautas recorrentes, mas sempre como acompanhamento à temática do vinho.

Em 2016, a revista passou a ser publicada de forma bimestral, como forma de manter a qualidade do material, mesmo com a redução no número de assinantes. A última edição impressa foi lançada na metade de 2018 e, até o final daquele ano, foram produzidas revistas digitais, que podiam ser acessadas pelos assinantes em uma área restrita no site da publicação.

Figura 3 - A edição 179 da revista foi uma das últimas a circular de forma impressa.



Fonte: Bon Vivant/Divulgação

Desde 2019, a Bon Vivant é um *site*, que conta com dois principais tipos de conteúdos: as notícias, que são as postagens; e o guia de vinhos, que é publicado em uma plataforma de leitura digital e integrado à página inicial. O conteúdo segue tendo como foco principal o universo do vinho, acompanhado por outras temáticas associadas ao bem-viver.

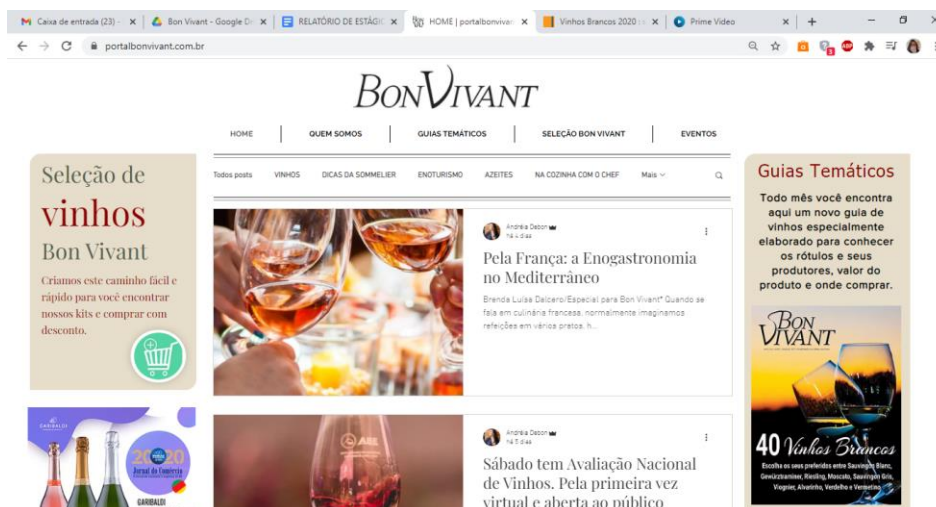
Jornal, revista, revista digital, *site*. A história da Bon Vivant mostra como muitos veículos tiveram que se adaptar para seguir produzindo conteúdo no século XXI. O formato atual da publicação será analisado a seguir.

3 DIAGNÓSTICO DO CAMPO DE ESTÁGIO

Conforme especificado no final do item anterior, o *site* da Revista Bon Vivant conta com dois formatos de conteúdo: as postagens do *site* e os guias temáticos. Uma das categorias de postagens são as notícias relacionadas ao universo da

enogastronomia. Normalmente redigidas pela jornalista Andréia Debon, elas partem de visitas realizadas por ela ou de *releases* enviados pelas vinícolas e restaurantes.

Figura 4 - Página inicial do portal Bon Vivant



Fonte: Bon Vivant

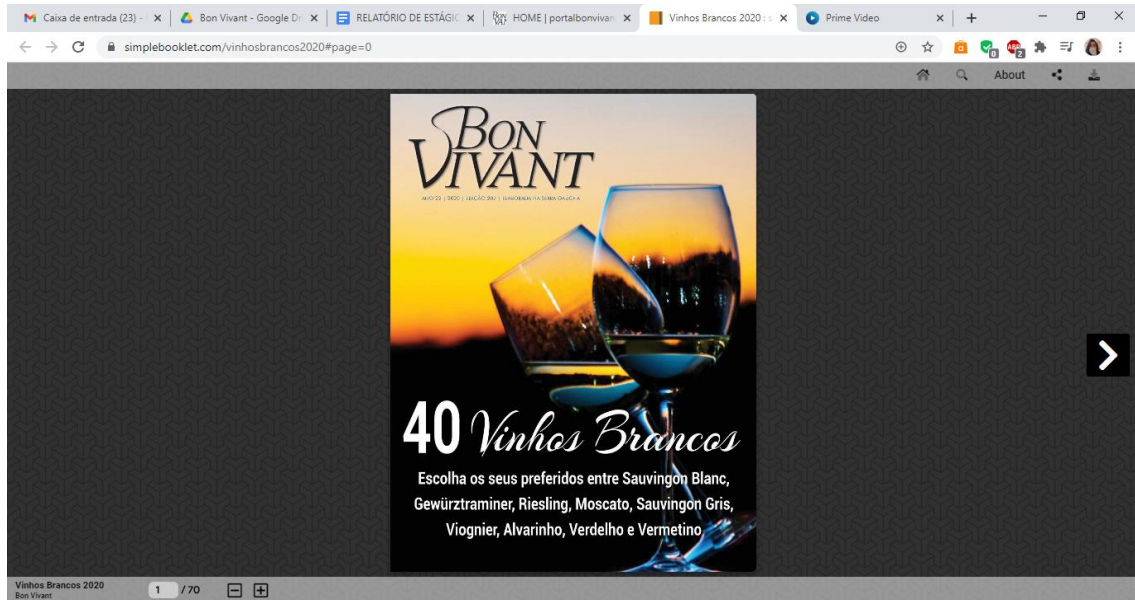
Além disso, a Bon Vivant conta com a parceria de colunistas que produzem conteúdo sobre outros assuntos. Atualmente, além da editora Andréia Debon, que é jornalista especializada em vinhos e enoturismo, sommelier de vinhos e azeites, outras quatro pessoas escrevem para o *site*:

- a sessão *Dicas da Sommelier* é assinada por Flávia Busetti. Ela é sommelier Internacional e Juíza Internacional para Avaliação de Vinhos;
- a olivicultora e Sommelier Internacional de Azeites Bruna Vidor e Souza escreve sobre azeites;
- a coluna *Na cozinha com o Chef* é produzida por Fredi Fontana. Ele é chef de cozinha com formação internacional pelo Italian Culinary Institute For Foreigners, mestre em Biotecnologia, engenheiro de alimentos, professor e empresário;
- Marília Zanelato, mestre em torras e barista, é a responsável por escrever sobre cafés.

Os guias temáticos, por sua vez, são postados na plataforma de leitura digital *Simple Booklet* e incorporados à página inicial do *site*. O conteúdo dos guias é composto pelas avaliações de diversos produtos, que são enviados à Bon Vivant pelas

vinícolas, e também por pequenas reportagens que fornecem ao leitor informações úteis dentro do contexto de cada edição.

Figura 5 - Guia temático *40 vinhos brancos*, outubro de 2020



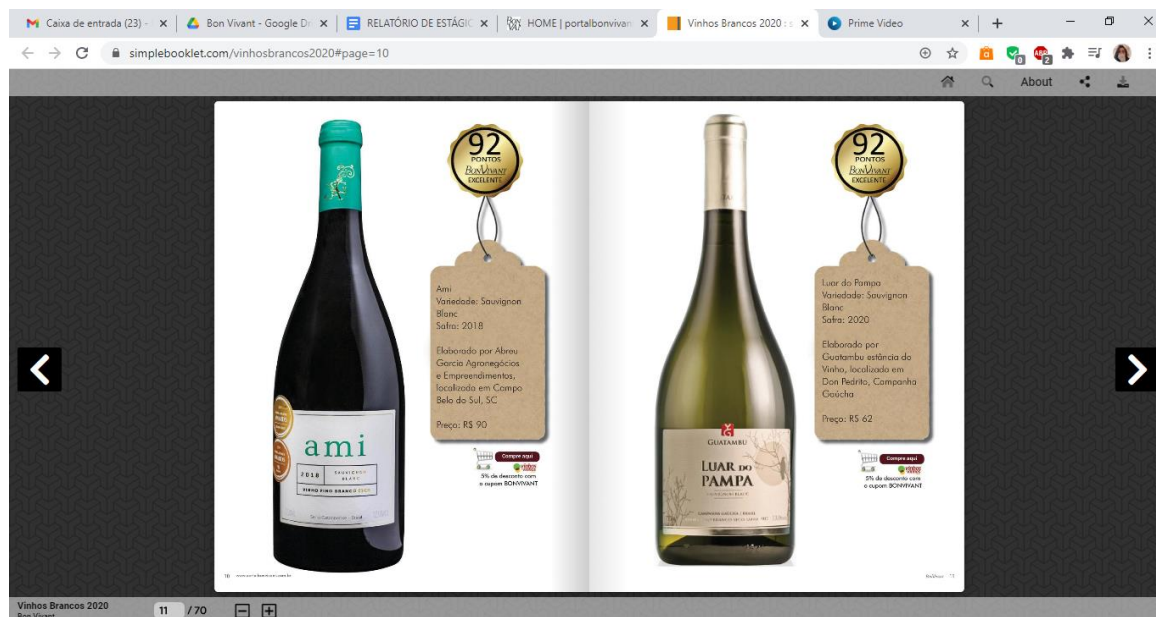
Fonte: Bon Vivant

Figura 6 - Exemplo de reportagem do guia



Fonte: Bon Vivant

Figura 7 - Apresentação dos produtos avaliados no guia temático



Fonte: Bon Vivant

Os conteúdos produzidos pela revista Bon Vivant são variados e atendem às demandas de seu público, como demonstram as estatísticas de acesso do site. Conforme a jornalista responsável, são cerca de 1000 visitas diárias ao portal. Os guias temáticos, por sua vez, têm uma média de 6 mil *downloads* por edição.

Outra característica da Bon Vivant que contribui para a fidelização do público é a promoção de eventos. Os chamados “Encontros Bon Vivant” são realizados mensal ou bimestralmente, e oferecem ao leitor a oportunidade de degustar os vinhos apresentados nos guias temáticos. Devido à pandemia da Covid-19, a realização desses eventos foi interrompida durante boa parte do ano. No mês de novembro, durante um período em que as orientações estaduais permitiam a realização de eventos ao ar livre, foi realizado um encontro, sob a temática de vinhos brancos e rosés, no qual auxiliei como fotógrafa. O evento que estava previsto para o mês de dezembro, no entanto, precisou ser cancelado devido ao aumento do número de casos na região da Serra Gaúcha.

3.1 REFLEXÃO TEÓRICA

Após a observação do modo de funcionamento do veículo, surge a necessidade de um estudo teórico que oriente a atuação durante o período de estágio. Como o atual suporte da Bon Vivant é um *site*, a reflexão teórica inicia pelo Jornalismo Online.

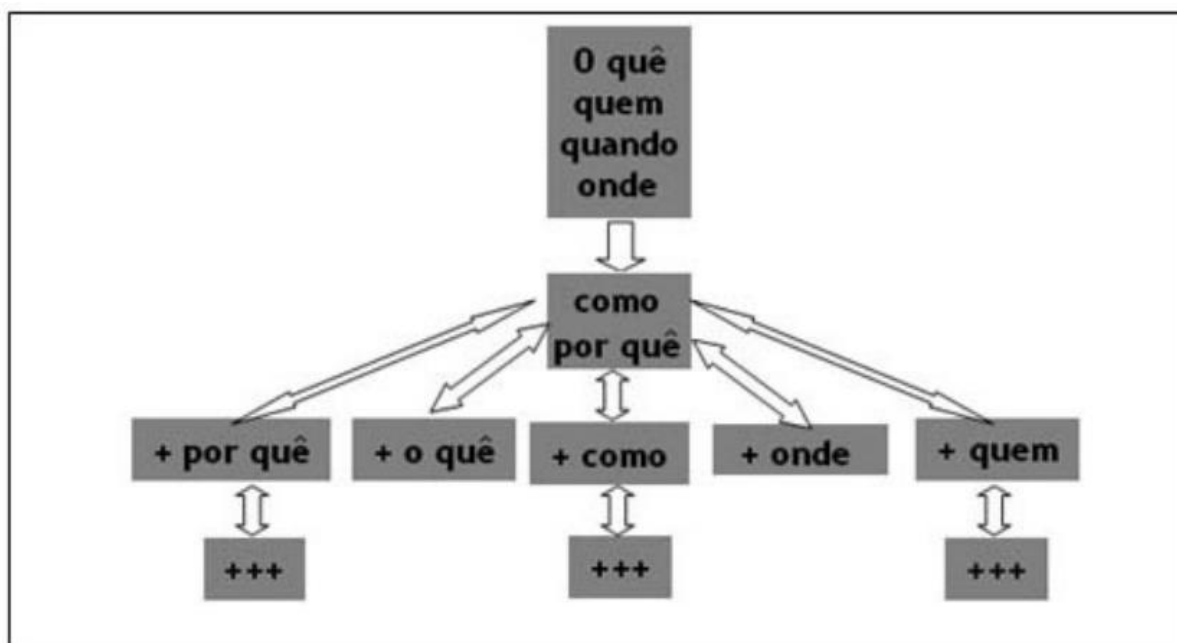
De acordo com Elias Machado e Marcos Palácios, no artigo *As especificidades das publicações brasileiras* (1996), a distribuição do *Jornal do Comércio On-line*, de Pernambuco, é o marco inicial do jornalismo online no Brasil. Entretanto, na visão de João Canavilhas, em seu artigo *Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança* (2006), publicações como a Bon Vivant não devem ser classificadas como jornalismo online, mas sim como webjornalismo:

No primeiro caso [o jornalismo online], as publicações mantêm as características essenciais dos meios que lhes deram origem (...). Na fase a que chamamos webjornalismo/ciberjornalismo, as notícias passam a ser produzidas com recurso a uma linguagem constituída por palavras, sons, vídeos, infografias e hiperligações, tudo combinado para que o utilizador possa escolher o seu próprio percurso de leitura (CANAVILHAS, 2006, p.2)

Visto que o conteúdo da Bon Vivant não é adaptado, e sim produzido para a web, ele pode ser caracterizado como webjornalismo. Além disso, pode-se perceber nas postagens a utilização de elementos citados, como imagens, infografias e hiperligações.

Já no artigo *Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada* (2006), Canavilhas aponta outra característica que diferencia o webjornalismo dos demais suportes: a estrutura do conteúdo. Tradicionalmente, os fatos e fontes de uma matéria seguem a ordem da pirâmide invertida, respondendo inicialmente às perguntas do *lead* (o quê, quem, onde, como, quando e por quê), sendo depois acompanhados por informações complementares. Contudo, a utilização de hiperligações alterou profundamente a forma como os textos e páginas podem ser estruturados na web. Assim, Canavilhas (2006) propôs o modelo da pirâmide deitada:

Figura 8 – A pirâmide deitada de Canavilhas (2006)



Fonte: Canavilhas (2006, p.9)

No caso do *site* da Bon Vivant, os textos das postagens apresentam características de Jornalismo Especializado. Conforme Wilson da Costa Bueno, no artigo *Jornalismo Especializado: resgatando conceitos e práticas* (2015), essa forma de fazer jornalístico é fruto de uma crescente segmentação, resultante de um processo contínuo de articulação entre os conteúdos, seus produtores e suas audiências.

O autor conceitua o Jornalismo Especializado como:

a prática profissional e também a subárea de estudos e pesquisas em Jornalismo que contemplam o processo de produção jornalística voltado para a cobertura qualificada de temas específicos. Ele se manifesta a partir de fontes reconhecidas como competentes e autorizadas em determinadas áreas de conhecimento, e pela apropriação de um discurso especializado, que incorpora termos e expressões comuns (e muitas vezes exclusivos) dessas áreas. Na maioria dos casos, o Jornalismo Especializado se localiza em espaços (páginas, cadernos, programas, portais etc.) determinados, seja como resultado do trabalho individual de profissionais (jornalistas ou não) capacitados para exercê-lo, seja como fruto do trabalho de um grupo de profissionais, reunidos em editorias específicas (BUENO, 2015, p.283).

Desta forma, percebe-se que a Bon Vivant é de fato um veículo especializado, visto que seus conteúdos são publicados em um local específico, apresentam jargões técnicos e são frequentemente fruto do trabalho de profissionais das respectivas áreas, e não apenas de um jornalista e seu trabalho de pesquisa.

Quanto à atuação do escritor de jornalismo especializado, seja ele jornalista ou não, Bueno (2015) ressalta a importância do profundo conhecimento da área sobre a qual se fala. O autor destaca ainda como aspecto fundamental a atenção ao leitor: “O jornalista especializado que cumpre a contento o seu papel considera sempre o perfil da audiência à qual se refere, buscando adequar a produção ao nível de conhecimento daqueles que o leem ou o ouvem [...]” (BUENO, 2015, p.292). Para ele, o refinamento do texto e sua tecnicidade devem ser cuidadosos, para que o texto especializado não afaste o público ou resulte em um processo de incomunicação.

Dentre os autores que escrevem para a Bon Vivant, atualmente apenas a editora-chefe Andreia Debon é jornalista de formação. No entanto, percebe-se que os profissionais atendem aos requisitos de especialização dentro de suas áreas. Acredito que, principalmente pelo fato de produzirem textos para a *web*, não ocorre o uso em demasia de jargões técnicos. O espaço infinito oferecido pelo jornalismo online facilita também o uso de ilustrações, sendo estas de grande valia para auxiliar o leitor na interpretação dos conteúdos.

Ao falar sobre os fatores que levaram ao desenvolvimento do Jornalismo Especializado, Bueno (2015) menciona novamente a importância da audiência:

Pode-se admitir também que a especialização em jornalismo [...] tem a ver ainda com a demanda por publicações e espaços segmentados (veículos impressos, portais, programas de rádio e televisão e mesmo canais de TV que promovem recortes de cobertura, como Discovery Science, National Geographic etc.), que circunscrevem temáticas específicas para atender à audiência com interesses muito específicos (BUENO, 2015, p. 294).

Não se poderia, portanto, justificar a escolha temática da Bon Vivant sem analisar a relação entre seu provável público-leitor e o vinho, que é o tema central dos conteúdos. No Brasil, o consumo de vinhos tem crescido nos últimos anos. Conforme dados de levantamento realizado pela Ideal Consulting², o consumo *per capita* da bebida chegou a 2,7 litros em 2020. Os números, ainda que subjetivos, representam um aumento significativo. A comercialização reflete a tendência, visto que o mercado apresentou um crescimento de 37,2% entre janeiro e setembro deste ano, quando comparado ao mesmo período do ano passado.

² **Setor comemora recorde no consumo de vinho no Brasil em 2020.** Disponível em: <https://www.winesa.com.br/setor-comemora-recorde-no-consumo-de-vinho-no-brasil-em-2020/#:~:text=O%20volume%20comercializado%20teve%20um,363%2C9%20milh%C3%B5es%20de%20litros.>> Acesso em 30 de novembro de 2020.

Em entrevista, no entanto, a editora chefe Andreia Debon (2020) ressalta que, apesar da grande quantidade de conteúdos sobre vinho, a Bon Vivant não é um *site* especializado apenas no setor vitivinícola - estaria, sim, relacionada ao nome da publicação. Conforme o dicionário de Cambridge³, a expressão *bon vivant* é originária do francês, e designa “uma pessoa que aprecia boa comida e bons vinhos, e gosta de ir a restaurantes e festas”⁴ (CAMBRIDGE DICTIONARY, 2020). Justifica-se assim a variedade de temáticas abordadas pelo *site*, principalmente dentro do âmbito enogastronômico.

Ao analisar o menu de categorias do *site*, pode-se perceber que, dentre todas, apenas uma não se enquadra na tradicional definição do termo *bon vivant*: a seção *viagem*.

Figura 9 - Menu de categorias do *site*



Fonte: Bon Vivant / Divulgação

Não se poder negar, no entanto, que viajar estaria entre os luxos de um *bon vivant*. Como escreve a jornalista Olívia Scarpari Bressan, no artigo *Como escrever uma narrativa de não ficção de viagem?*, integrante da obra *Narrativas de Viagem*,

³ **Bon Vivant**. Disponível em: <<https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/bon-vivant>>. Acesso em 30 de novembro de 2020.

⁴ tradução nossa

organizada por Demétrio de Azeredo Soster e Mateus Yuri Passos (2019), viajar é um paradigma humano:

O fascínio por paragens distantes move aqueles que se aventuram a estenderem seus horizontes, lançarem-se ao mar, embrenharem-se pelas florestas e superarem o temor do mistério e dos mitos, que falam sobre sereias nas profundezas das águas, dragões e ciclopes, guardiões de terras desconhecidas. O chamamento para deslocar-se para outros territórios permanece tão assentado no imaginário coletivo, que a viagem adquiriu um valor arquetípico em nossa sociedade (BRESSAN, 2020, p. 432).

Não é à toa, portanto, que os relatos de viagem e textos sobre turismo têm espaço garantido entre as editorias do *site*, ainda que com menos conteúdo que as demais.

No artigo *Nos limites da experiência turística: planejamento e narrativa de viagens* (2019), a turismóloga Caroline Brito realiza uma revisão de literatura sobre como ocorre a produção de relatos de viagem no ambiente virtual. Conforme a autora, os principais processos são:

- a) o planejamento, marcado pela antecipação da viagem e pré-produção dos conteúdos;
- b) a viagem em si, que pode ser **externa** (no local), ou **interna** (o viajante consigo mesmo);
- c) o regresso à vida ordinária, quando a memória da viagem é força motivadora em meio à rotina.

Assim como qualquer área, o jornalismo de viagem e seus escritores contam com seu *savoir-faire* específico. O blogueiro Arnaldo Interata (apud BRITO, 2019) relata como normalmente ocorre a produção de seus conteúdos:

para que o ato de blogar não atrapalhe a viagem e tenha de fato conteúdo, é fundamental planejamento anterior e preparo para que parte do texto a ser publicado esteja escrito, alinhavado, de tal maneira que seja apenas atualizado, eventualmente corrigido durante a viagem, confirmando ou não aquilo que pesquisamos e colocamos no papel. Durante a viagem a gente vai apenas inserindo o que sentiu, de maneira a que o texto tenha credibilidade e personalidade, não meramente uma cópia aqui e acolá de textos extraídos por aí (INTERATA apud BRITO, 2019, p.466).

Bressan (2019), por sua vez, destaca a conexão entre as narrativas de viagem e o jornalismo literário, visto que ambos utilizam-se de aspectos autobiográficos e resultam no surgimento de narrativas imersivas ao leitor.

Desse modo, constata-se que, no contexto contemporâneo, o relato de viagem escrito nos moldes do jornalismo literário acaba encontrando concorrência ostensiva como nicho de jornalismo especializado e financiado por todo um mercado do turismo. Ambas as abordagens pretendem seduzir o leitor para que ele visite, ao menos em imaginação, o lugar sobre o qual se fala. O público consome o sonho, pois nem sempre dispõe de condições para viajar (BRESSAN, 2019, p.240).

No entanto, a autora reforça que, na prática, as reportagens tendem a favorecer a utilização da fotografia: “veículos de turismo investem em forte apelo imagético e, por isso, muitas vezes são mais lidos e mais facilmente compreendidos pelo público em geral” (BRESSAN, 2019, p.241). Para ela, é fundamental que o texto tenham características estilísticas atrativas para o leitor, para que a narrativa possa ser tão sedutora quanto as imagens apresentadas junto às reportagens.

3.2 PROPOSTA DE PLANO DE AÇÃO

Após o estudo teórico e a observação dos conteúdos tipicamente produzidos para o *site* da Bon Vivant, surgiu a reflexão sobre como eu poderia utilizar meu período de estágio para qualificar o conteúdo do veículo.

As fontes que mais frequentemente escrevem sobre as temáticas centrais do veículo são extremamente qualificadas; por isso, não me senti confortável em produzir conteúdo dentro da mesma temática. Busquei, em minhas experiências, um assunto sobre o qual eu poderia falar com mais profundidade e segurança. Como o *site* já conta com a categoria *Viagem*, foi proposta a elaboração de uma série de postagens intitulada “Pela França”, baseada nas experiências que vivi quando passei 45 dias no país em 2018.

Cada reportagem seria constituída de imagens e textos legendas. A definição das pautas, por sua vez, estaria relacionada às regiões do país que visitei: Côte d’Azur, Provence, Bourgogne, Champagne e Alsace.

4 RELATO DE EXECUÇÃO

Para a elaboração das reportagens, precisei consultar imagens de arquivo pessoal, mapas utilizados durante o período da viagem, bem como recorrer à memória. Como citado anteriormente por Interata (apud BRITO, 2019), é fundamental para o repórter que ele esteja ciente de seu ponto de vista e preste atenção aos detalhes durante a viagem, para que ela transmita ao leitor a autenticidade da experiência, e não seja apenas uma cópia dos relatos de outros viajantes. O fato de que a experiência escolhida como ponto de partida para os conteúdos tenha acontecido há dois anos, bem como o de que eu não estava ciente de que escreveria sobre ela, foi um fator que dificultou a produção de um conteúdo que realmente transmitisse a experiência de viagem. Por isso, dentre as regiões que visitei, produzi conteúdos apenas sobre uma - a Côte d'Azur -, que foi o local onde passei mais tempo (15 dos 45 dias em que estive na França). Ter passado um período significativamente maior nesse local proporcionou uma maior quantidade de fotos e também de informações sobre as cidades, atrações e costumes.

Em ambas as postagens escritas por mim, o ponto de partida foi a seleção das imagens. Escolher as fotografias no início da produção foi uma orientação da supervisora de estágio que se provou muito útil, pois proporcionou a ativação de algumas memórias, bem como das sensações ocasionadas pelas experiências ali registradas. No meu caso, eram mais de 1300 registros fotográficos a serem analisados, buscando refletir se havia algo a escrever sobre aquilo.

Figura 10 - Galeria de Imagens

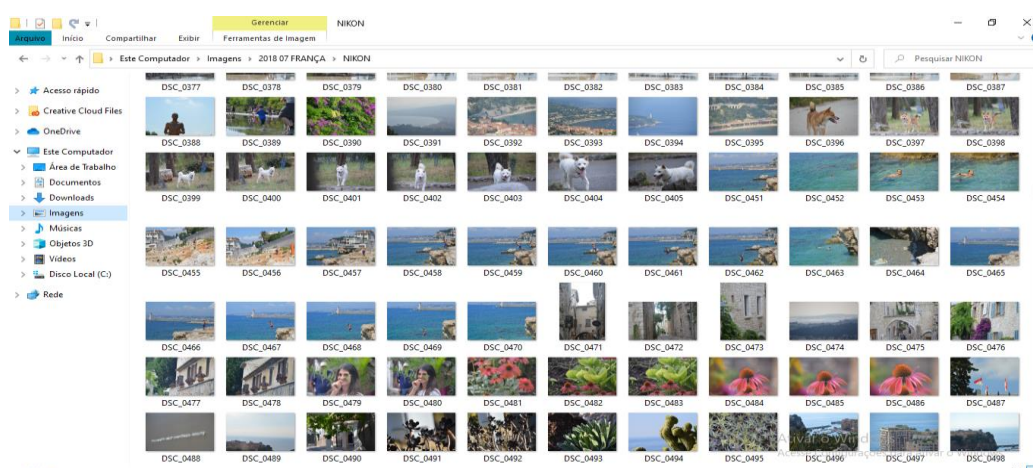
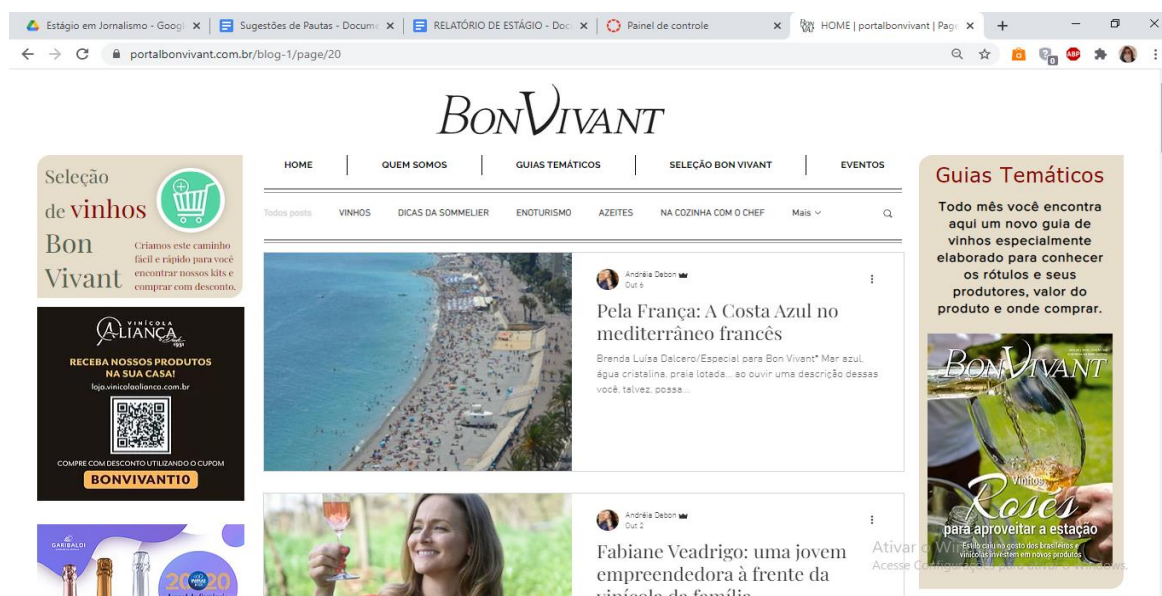


Foto: Arquivo Pessoal

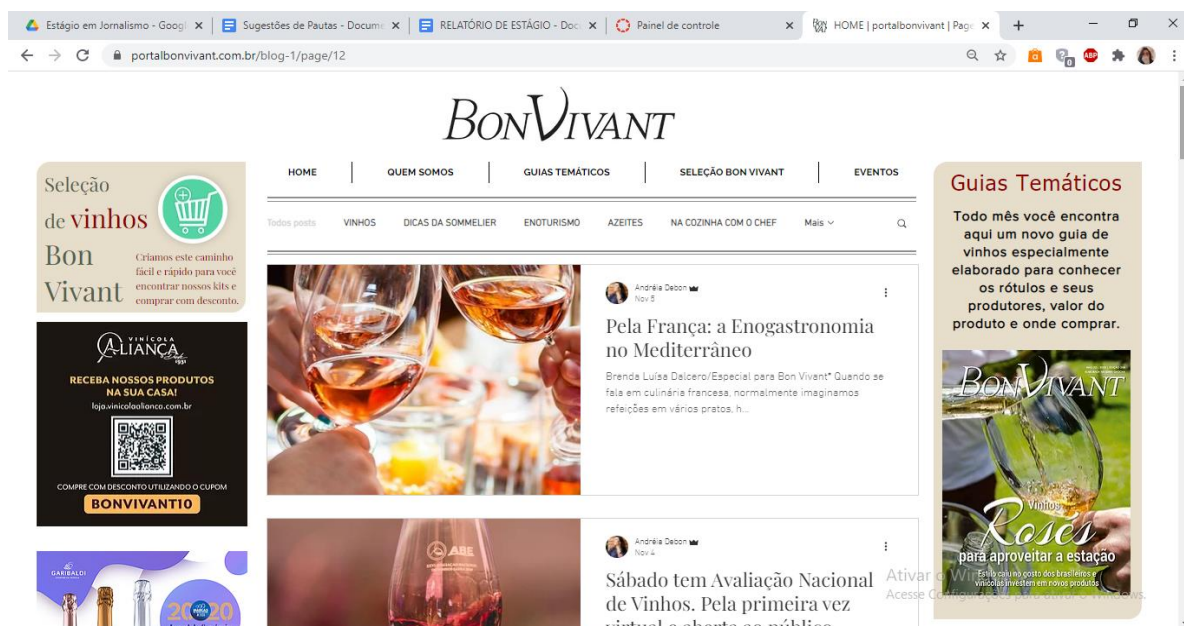
Após a seleção das imagens, as mesmas eram inseridas em um editor de texto. Iniciava então a caça às memórias, a busca de entender o que, entre minhas vivências pessoais, poderiam ser interessantes para o perfil de leitor da revista. A pedido da supervisora, os textos produzidos continham aproximadamente 4000 caracteres. Dentre as fotografias utilizadas, o maior cuidado girava em torno da primeira imagem, que seria a chamada da revista no *layout* da página inicial do *site*.

Figura 11 – Primeira reportagem na página inicial do *site*



Fonte: Bon Vivant / Divulgação

Figura 12 – Segunda reportagem na página inicial do *site*



Fonte: Bon Vivant / Divulgação

Além da elaboração desses materiais para o *site*, também trabalhei com a produção de fotografia durante o encontro de degustação promovido pela revista no dia 08 de novembro.

Figura 13 - Registro fotográfico do encontro de degustação



Foto: Brenda Dalcero

4.1 RESULTADOS ALCANÇADOS

Mesmo que a meta inicialmente estabelecida para a quantidade de postagens não tenha sido alcançada em sua totalidade, considero que os resultados alcançados tenham sido satisfatórios. O exercício de escrever e de buscar em minhas experiências informações que possam ser úteis para o público foi certamente desafiador.

Além disso, tive a oportunidade de conhecer melhor o trabalho realizado pela Bom Vivant e pela minha supervisora. Acompanhá-la me fez perceber que, em um mundo de informações cada vez mais segmentadas, o jornalista tem sim seu lugar na produção de conteúdo no setor da enogastronomia e do turismo, ambas áreas nas quais tenho interesse.

5 PARECER DO SUPERVISOR DO CAMPO DE ESTÁGIO

Nos últimos anos o jornalismo sofreu diversas transformações, que incluem novas formas de produção da notícia, processos de convergência digital e a crise da empresa jornalística enquanto modelo de negócios. Nesse contexto, a Revista Bon Vivant, que desde a sua fundação trabalha com um jornalismo segmentado e com foco na cultura do vinho e seu entorno, também precisou se reinventar para continuar existindo. Deixou de ser uma publicação impressa e se transformou em digital. A mudança foi positiva e os recursos multimídia disponíveis aproximaram notícia e leitor. Mas, dentro desse contexto, vale destacar que contar boas histórias, escrever bons textos e fazer conexões relevantes serão sempre o caminho que a Bon Vivant irá perseguir.

O turismo de experiência é um dos assuntos os quais os leitores da Bon Vivant demandam. São matérias voltadas para viajantes que priorizam atividades que envolvam imersão em temas como história e gastronomia. Não simplesmente listando as sugestões de passeio, mas levando conhecimento e cultura.

Assim, os textos escritos pela estagiária Brenda Luísa Dalcero, dentro da seção Viagem, enriqueceram o site www.portalbonvivant.com.br. Textos bem organizados, leves e ricos em informações relevantes. Um material que permanecerá no site e que colaborará para que as pessoas, quando buscarem informações sobre uma viagem à França, possam ter ali uma rica fonte de informação.

Atenciosamente,
Andréia Debon – jornalista/editora
www.portalbonvivant.com.br

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante os cinco anos que passei na Universidade de Caxias do Sul como estudante do curso de Bacharelado em Jornalismo, nunca tive a oportunidade de atuar em um veículo de comunicação. Essa, na verdade, foi uma escolha minha, pois oportunidades surgiram. Eu, no entanto, estou há anos envolvida na área da educação, na qual trabalho e já trabalhava antes mesmo de ingressar no ensino superior.

Eu sabia, no entanto, que a disciplina de estágio curricular me aguardava, e eu eventualmente precisaria sair da minha zona de conforto. Reservei para ela meu último semestre do curso, para que pudesse dedicar mais tempo à nova função, depois de já ter passado pelos trabalhos de conclusão de curso e grande parte de minhas disciplinas.

O ano de 2020, porém, chegou com surpresas. O cenário de pandemia influenciou a minha rotina de trabalho, que ocorreu integralmente à distância, e também me deixou receosa quanto à realização de pautas que exigissem apuração presencial.

Ainda assim, sinto que o exercício de sair da rotina, conhecer pessoas novas e ter um contato inicial com o fazer jornalístico fora do ambiente acadêmico tenha sido muito enriquecedor para mim e para minha formação. Espero, no futuro, ser capaz de produzir conteúdos relacionados a essa área com mais dedicação, buscando experiências mais profundas, bem como mais oportunidades de trabalhar com fontes mais diversas.

Por fim, vejo que o município de Flores da Cunha, onde moro, tem se mobilizado cada vez mais em busca de um lugar no mapa do turismo no Rio Grande do Sul e no Brasil. Quero, futuramente, ajudar a contar as histórias das pessoas que estão por trás do setor da enogastronomia na cidade, e sei que muito do que aprendi durante esse semestre poderá me auxiliar nessa futura trajetória.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRESSAN, Olívia Scarpari. Como escrever uma narrativa de não ficção de viagem?. *In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; PASSOS, Mateus Yuri (Org.) Narrativas de viagem*. Santa Cruz do Sul, RS: Catarse, 2019. p. 432 – 443.

BRITO, Caroline. Nos limites da experiência turística: planejamento e narrativas de viagens. *In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; PASSOS, Mateus Yuri (Org.) Narrativas de viagem*. Santa Cruz do Sul, RS: Catarse, 2019. p. 457 – 470.

BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo especializado: resgatando conceitos e práticas. *In: BUENO, Wilson da Costa; SANTOS, Marli dos (org.) Jornalismo Especializado no Brasil: teoria prática e ensino*. São Bernardo do Campo, SP: Universidade Metodista de São Paulo, 2015. p. 279 – 301.

BUENO, Wilson da Costa; SANTOS, Marli dos (org). **Jornalismo Especializado no Brasil: teoria prática e ensino**. São Bernardo do Campo, SP: Universidade Metodista de São Paulo, 2015.

CAMBRIDGE DICTIONARY. **Bon vivant**. Disponível em: <<https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/bon-vivant>>. Acesso em 30 de novembro de 2020.

CANAVILHAS, João Manuel Messias. Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança. *In: Comunicação e Sociedade*, v. 9, p. 113-119, 2006.

_____. Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada. *In: Jornalismo Digital de Terceira Geração*, p. 26-36, 2006.

DALCERO, Brenda. Pela França: A Costa Azul no Mediterrâneo francês. **Portal Bon Vivant**, 2020. Disponível em: < <https://www.portalbonvivant.com.br/post/pela-fran%C3%A7a-a-costa-azul-no-mediterr%C3%A2neo-franc%C3%AAs> >. Acesso em 30 de novembro de 2020.

_____. Pela França: a Enogastronomia no Mediterrâneo. **Portal Bon Vivant**, 2020. Disponível em: < <https://www.portalbonvivant.com.br/post/pela-fran%C3%A7a-a-enogastronomia-no-mediterr%C3%A2neo> >. Acesso em 30 de novembro de 2020.

DEBON, Andreia. Entrevista concedida a Brenda Luísa Dalcero. Flores da Cunha, RS: 16 out. 2020.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. As especificidades das publicações brasileiras. *In: GJOL: 20 anos de percurso*. Salvador: EDUFBA, 2018.

PORTAL BON VIVANT. Disponível em: < <https://www.portalbonvivant.com.br/>>. Acesso em 30 de novembro de 2020.

SOSTER, Demétrio de Azeredo; PASSOS, Mateus Yuri (Org.) **Narrativas de viagem**. Santa Cruz do Sul, RS: Catarse, 2019.

WINE SOUTH AMERICA. **Setor comemora recorde no consumo de vinho no Brasil em 2020.** Disponível em: <<https://www.winesa.com.br/setor-comemora-recorde-no-consumo-de-vinho-no-brasil-em-2020/#:~:text=O%20volume%20comercializado%20teve%20um,363%2C9%20milh%C3%B5es%20de%20litros.>>. Acesso em 30 de novembro de 2020.