

**EDITORIAL**

**Dossiê da RIF: avanços para a folkcomunicação  
gastronômica**



## Dossiê da RIF: avanços para a folkcomunicação gastronômica

A presente edição da *Revista Internacional de Folkcomunicação* (RIF) apresenta o primeiro dossiê temático do periódico, que traz como tema “Sabores populares na mídia”. São nove artigos produzidos por pesquisadores que discutem a presença da gastronomia em veículos de diferentes estados. O dossiê é resultado de um esforço coletivo da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom), que desde a XIII Conferência de Folkcomunicação, realizada em Ilhéus/BA, tem tentado desenvolver pesquisas integradas para sistematizar conhecimentos em relação a determinados temas.

O dossiê está recheado de informações sobre pratos típicos regionais e práticas gastronômicas e de análises sobre o modo como a culinária é tematizada na mídia, realizadas a partir dos seguintes veículos: jornais *Mogi News* e *Diário de Mogi* (SP), *Tribuna do Norte* (RN), *Diário de Cuiabá* (MT), *Gazeta do Povo* e *O Estado do Paraná* (PR), *Correio da Paraíba* e *Jornal da Paraíba* (PB), *Tribuna de Minas*, *Diário Regional* e *JF Hoje* (MG), portal *PE360 Graus* (PE) e revistas especializadas em gastronomia.

No texto de apresentação do dossiê temático, de Karina Janz Woitowicz, são mencionadas as bases da pesquisa que corresponde aos sete primeiros artigos da Revista. Uma abordagem temática e metodológica sobre a pesquisa intitulada “Sabores populares na mídia” é realizada com o intuito de sistematizar as principais contribuições dos artigos, em suas aproximações e singularidades. Este panorama ajuda a situar o contexto da pesquisa e a demarcar o campo de reflexões proposto na edição temática.

O dossiê conta com a participação de Cristina Schmidt, que analisa os vários espaços em que a culinária aparece nos jornais de Mogi da Cruzes (SP), de Maria Érica de Oliveira Lima, Libny Silva Freire e Flávia Serafim, que tratam da cobertura do tema no jornal *Tribuna do Norte* (RN) a partir da relação com o local, e de Yuji Gushiken, sobre a aproximação da gastronomia com as festas de santo na mídia cuiabana. O tratamento do jornalismo paranaense sobre a gastronomia em notícias e cadernos especiais é analisado no estudo de Kevin Kossar Furtado e Karina Janz Woitowicz e a identidade regional na imprensa de Juiz de Fora (MG) ganha destaque no artigo de Guilherme Moreira Fernandes, Cláudia Figueiredo Modesto, Maria José Oliveira e Maria Cristina Brandão de Faria.

O aspecto comercial do discurso gastronômico no jornalismo paraibano é tema do estudo de Severino Alves Lucena Filho, Suelly Maux, Othacya Jayne de Sousa Lopes e

Wendel Wagner dos S. Limeira e a presença de temáticas locais em portal on-line é analisada por Betânia Maciel, Simone Gomes e Eliana Maria de Queiroz Ramos.

Além deste conjunto de textos que aborda a visibilidade e o tratamento da gastronomia na mídia, outros dois artigos contribuem para a compreensão sobre a temática. Cynthia Arantes Ferreira Luderer discute o espaço para a culinária típica na imprensa especializada em gastronomia e Anaelson Leandro de Sousa aborda a introdução do chorizo nos festejos de São João na Bolívia a partir dos discursos da mídia.

Com estas abordagens diversas sobre o tema em questão, o dossiê “Sabores populares na mídia” pretende contribuir para o desenvolvimento de pesquisas sobre a folkcomunicação gastronômica, reconhecendo a diversidade de olhares e de objetos que a culinária tradicional e a gastronomia popular suscitam.

Afinal, a comida inspira gostos, evoca memórias, remete a distintos hábitos e comportamentos, propõe sociabilidades. Além disso, é pauta para a mídia. Por todos estes motivos – e ainda outros -, é um prato cheio para os estudos folkcomunicacionais. Bom apetite! **RIF**

Os Editores