



Tirinete Culinária Sertaneja¹

Ana Luiza Martins LIMA²

Carmen Lúcia de Almeida MARTINS³

Renan Vieira Silva MORENO⁴

Marcos Célio Câmara AVELINO⁵

Rayhanna Karoene KIYOMI⁶

Ulisses de Araújo ROCHA⁷

Yasmina BOUHACENE⁸

Manoel Pereira da ROCHA NETO⁹

Universidade Potiguar, Natal, RN

O site do Tirinete faz parte da campanha publicitária, desenvolvido pela agência experimental 'Aloha Propaganda', para o cliente real, o 'Restaurante Tirinete Culinária Sertaneja', como parte integrante do Projeto Experimental em Publicidade e Propaganda, da Universidade Potiguar, em Natal, RN. O Tirinete Culinária Sertaneja está no mercado há cinco anos e se destaca entre os outros restaurantes do Shopping Midway Mall pelo seu diferencial que é oferecer comida regional, ter um self-service dinâmico e ambiente acolhedor, que remete ao conceito de fatura. O Tirinete Culinária Sertaneja tem como objetivo de campanha aumentar o consumo de seus produtos. Para isso, foi elaborada uma pesquisa de mercado que apontou que o seu público-alvo não conhece o restaurante e nem sabe suas origens. O nosso planejamento de campanha visa divulgar melhor o restaurante, e, dessa forma aumentar o seu consumo.

Culinária Regional; Restaurante Tirinete Culinária Sertaneja; Outdoor.

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo aplicar os conhecimentos teóricos e práticos adquiridos durante os últimos quatro anos pelos integrantes da agência experimental Aloha

¹ Trabalho submetido ao INTERCOM 2009, na categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Outdoor (avulso).

² Aluna líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UnP, email: alohapropaganda@gmail.com.

³ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UnP, email: menlu@uol.com.br.

⁴ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UnP, email: renanvmoreno@gmail.com.

⁵ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UnP, email: marcoscelinho@hotmail.com.

⁶ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UnP, email: rayannak@hotmail.com.

⁷ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UnP, email: ulisses_rocha@unp.br.

⁸ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UnP, email: yasminabouhacene@gmail.com.

⁹ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UnP, email: manupereira@unp.br.



Propaganda, no curso de Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, a partir da prospecção do cliente real – o restaurante Tirinete Culinária Sertaneja – para o qual foi desenvolvida a estratégia de comunicação.

O restaurante Tirinete Culinária Sertaneja é uma empresa que tem como proposta oferecer o que há de melhor em Culinária da região seridoense do Rio Grande do Norte, sempre almejando o conceito de fartura, diversidade e primando pela qualidade de seus produtos.

Como metodologia foi utilizada a aplicação de Pesquisa de Mercado e análise de seus resultados. Desta forma, pôde-se traçar o perfil do público-alvo, hábitos de consumo, grau de conhecimento sobre o Tirinete Culinária Sertaneja e hábitos de mídia. Com os resultados da Pesquisa, a campanha publicitária foi criada e planejada estrategicamente, com o principal objetivo de fortalecimento da marca e definição do seu posicionamento no mercado.

Através de pesquisas bibliográficas e consultas a *web sites* relacionados à Culinária, Seridó e Caicó, originou-se a metodologia utilizada para a construção do embasamento teórico.

2 OBJETIVO

Através do desenvolvimento teórico e prático, o principal objetivo deste planejamento publicitário será tornar o restaurante Tirinete Culinária Sertaneja conhecido pelo seu público-alvo e, conseqüentemente, aumentar o número de lucro do restaurante.

3 JUSTIFICATIVA

Por ser legitimamente da nossa terra e com a concepção extremamente forte do regionalismo seridoense, o cliente escolhido por nós para a realização deste Trabalho de Conclusão de Curso – o restaurante Tirinete Culinária Sertaneja – prima principalmente pela qualidade dos seus produtos, mas, acima de tudo o seu maior intuito é provocar em seus clientes uma verdadeira viagem gastronômica através dos cinco sentidos ao mundo sertanejo do legítimo seridoense.

Com uma decoração inspirada no regionalismo de Caicó, cidade-natal dos proprietários do estabelecimento que está situada no interior do RN, o Tirinete Culinária Sertaneja oferece um espaço acolhedor, requintado e de layout arrojado. Seu self-service



dinâmico e a variedade de sua culinária, principalmente derivada da Carne de Sol e da Mandioca, remetem ao costume Norte Rio Grandense da “fartura” de alimentos como símbolo de saúde, status e satisfação.

Visando justificar a importância deste trabalho é imprescindível traçar um paralelo teórico entre a história da região do sertão do Seridó e Caicó com a história da culinária no Brasil atendo-se principalmente às bases fundadoras de toda a cultura alimentar brasileira.

Do século XVI em diante – segundo pesquisa elaborada – a alimentação base e sustentadora da população brasileira consistia na farinha de mandioca (pirão, farofa, farinha seca, pura), no feijão, milho, jerimum (abóbora), batata, macaxeira (aipim), inhame e carás n’água e sal, carne-seca, salgada, do sertão, charque e jabá. A carne fresca ou verde e o peixe sal preso ou fresco estavam num segundo patamar remetendo às pessoas de melhores posses, porém, fundamentavam a alimentação nacional. Além destes, fazem parte também do cardápio o bode, porco, carneiro e a caça suplementar. A carne que tenha sangue, quando viva, é elevada a máxima potência, pois é ela que dá força e “sustância”. As raras e eventuais verduras são, para o povo brasileiro, complementares e apenas essenciais como responsáveis na formação do bolo digestivo.

Cabe ressaltar, que Cascudo (1983) descreve um documento escrito pelo padre jesuíta Fernão Cardim, em que o mesmo pormenoriza as provisões, nativas e aclimatadas, narrando como a despensa portuguesa começou a ser brasileira. Esse documento (junção de cartas) é a informação mais direta sobre a alimentação brasileira nas últimas décadas do séc. XVI. A primeira carta, e mais noticiosa e útil, compreendendo de maio de 1583 a outubro de 1585, é dirigida ao padre Sebastião de Moraes, Provincial dos Jesuítas em Portugal, que documenta a alimentação brasileira das classes ricas e médias e também há registro referente à pobreza da ceia indígena.

Fernão Cardim revela também a independência do campo e cidade nos termos autárquicos da permanência social. Os engenhos, mesmo os particulares, possuíam todo o suficiente, cercado-se bem de meios aquisitivos para a iniciativa alimentar, com escravos que caçavam e pescavam, curral, horta, chiqueiros de toda a criação, viveiros de peixes, pomar, despensa repleta, garantindo o passadio e prevenindo a hospedagem súbita de algum peregrino viajante.

Por ocasião da colonização, perceberam os portugueses que a mandioca tinha inúmeras utilidades, fosse como provisão e recurso ou moeda de troca no tráfico negreiro (juntamente com fumo de rolo e aguardente). Substância de alto valor nutricional, rica em fibras, amido, sais minerais e substâncias hidrogenadas, também alimentava os próprios

escravizados na viagem para o Brasil. Tamanha a sua importância para a economia do país, seu cultivo tornou-se obrigatório por lei em 1549, mediante legislação do primeiro governador-geral Tomé de Souza.

Além disso, era componente básico do farnel dos bandeirantes nas entradas para o oeste, razão pela qual também ficou conhecida naquela região como farinha-de-pau (pelos colonizadores) e farinha-de-guerra (pelos índios).

Aos poucos, outras finalidades foram sendo descobertas: da sedimentação do suco obtém-se a fécula de mandioca, também chamada de goma ou polvilho. Se a utilização ocorre em seguida, temos o polvilho doce ou goma fresca. Por outro lado, se tal líquido segue sedimentando por um período maior, de cerca de vinte dias, ocorre a fermentação do amido, cujo sabor é levemente ácido – é a goma seca ou polvilho azedo – o qual permite a confecção de inúmeras comidas típicas, sobretudo na região de Caicó. Levemente umedecida e espalhada em chapa ou pedra ao fogo, a goma estoura como se fosse pipoca, com leves e irregulares grãos – é a tapioca, alimento dos deuses para os indígenas (e para todos nós, seja na manteiga ou no leite de côco).

Nos mil anos que antecederam a vinda de Jesus Cristo, tribos de etnias diversas na região da bacia tropical da Amazônia iniciaram o cultivo da mandioca, que é retratada através da lenda de Mani:

É a história de Mani, menina nascida da filha de um chefe, que engravidou sem que a criança tivesse um pai. O chefe, recusando-se a acreditar, condenou à morte a filha como mentirosa. Em sonho, o chefe recebe, de um velho branco, o aviso para não executar a filha. Livre da morte, a jovem dá a luz uma menina muito bela e muito branca que, com um ano, já falava desembaraçadamente. Para desgraça de todos, porém, Mani morre ao completar um ano, sem queixas ou sinais de sofrimento. Enterrada, do seu túmulo nasceu uma planta de folhas grandes que, em poucos meses, fez rachar a terra com as suas raízes fortes e grossas. Os índios, reconhecendo a cor branca de Mani nas raízes emergentes da terra, batizaram-na com o nome de Manihoc. E se dedicaram ao seu cultivo para sempre. (FERNANDES, 2007, p. 34).

Em sua forma, a mandioca tem externamente, sob a casca rugosa e marrom, outra película, mais resistente. O miolo, uma espécie de polpa branca, é a parte comestível, em cujo centro há uma fibra dura semelhante ao pavio de uma vela.

Uma de suas vantagens era a possibilidade de armazenamento escondido no solo, verdadeiros estoques em tempos de guerra, também utilizados em confraternizações nas quais uma aldeia recebia as outras.

Não menos importante que a mandioca está a carne de sol, e sabemos historicamente que no Brasil, mesmo antes da colonização portuguesa, já havia o consumo da carne pelos



indígenas, que caçavam e usavam o fogo para prepará-la para comer, não havendo vestígios arqueológicos do consumo de carne crua de animais.

Para conservar as carnes caçadas, os indígenas valiam-se de um meio surpreendentemente sofisticado, chamado “moquém”. Fernandes (2007, p. 38) cita o relato do viajante francês Jean de Léry, escrito por volta de 1558, que descreve esse preparo:

[...] Enterram profundamente no chão quatro forquilhas de pau, enquadradas à distância de três pés e à altura de dois pés e meio; sobre ela assentam varas com uma polegada ou dois dedos de distância uma da outra, formando uma grelha de madeira [...] nele colocam a carne cortada em pedaços, acendendo um fogo lento por baixo, revirando de quarto em quarto de hora até que esteja bem assada. Como não salgam suas viandas para guardá-las, como nós fazemos, esse é o único meio de conservá-las.

Esse processo lento permitia secar o suco da carne sem tostá-la, fazendo com que durasse bastante tempo. Os bandeirantes¹⁰, nas suas expedições, utilizaram essa carne, juntamente com as farinhas de mandioca ou de milho.

Quanto ao processo de salga da carne, este foi introduzido pelos colonizadores portugueses, pois como já citado, os índios não utilizavam o sal, a não ser das cinzas de certas folhas tostadas. Os filhos mestiços dos índios, porém, logo adotaram o sal que era importado do reino, apesar do litoral brasileiro ter excelentes condições para sua exploração, porém a sua extração era proibida pela coroa portuguesa por se tratar de monopólio régio, o que o tornava caro e raro. O mesmo foi, ao lado da mandioca, o grande auxiliar na conquista territorial do Brasil. A carne salgada e depois seca ao relento esteve presente nos embornais¹¹ de todos os exploradores, viajantes e vaqueiros do interior do Brasil.

Atualmente, a carne de sol nordestina perdeu as suas características primitivas de conservação, sendo salgada e, depois, estendida em varais durante uma noite, apenas para adquirir o sabor, depois colocada no freezer para ser conservada.

¹⁰ Denominam-se bandeirantes os sertanistas que, a partir do século XVI, penetraram nos sertões brasileiros em busca de riquezas minerais, sobretudo a prata, abundante na América espanhola, indígenas para escravização ou extermínio de quilombos. Disponível em:
([http://pt.wikipedia.org/wiki/Bandeirantes_\(hist%C3%B3ria\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Bandeirantes_(hist%C3%B3ria))) – Acesso em 25 de out. de 2008)

¹¹ Sacola confeccionada em tecido grosso (lona, mescla, brim), com alças laterais do mesmo tecido, usada à tira-colo. [...] Bolsa geralmente de tecido, que, a tira-colo, é utilizada para o transporte de gêneros alimentícios ou qualquer outro objeto. Disponível respectivamente em:
(<http://www.dicionarioinformal.com.br/definicao.php?palavra=embornal&id=692> /
<http://www.cnfcp.gov.br/tesauro/00001045.htm>) – Acessos em 25 de out. de 2008)

A carne salgada era usada juntamente com a farinha de mandioca, no farnel¹² de viagem. Existiam receitas mais aprimoradas, com cebola, salsinha e até mesmo com um toque de pimenta em pó, mas a velha paçoca básica e simples, companheira dos caminhos, ia pendurada na garupa das selas dos vaqueiros, na bruaca (sacola) ou alforje de couro, às vezes acompanhada de rapadura. Como nos fala Cascudo (1983): “Quando vinha a fome, metia-se o polegar, indicador e médio, tirando-se uma porção, atirada à boca sem que a marcha fosse interrompida ou o serviço cessasse”. Constituía uma verdadeira ração de guerra, principalmente dos sertões nordestinos. O trinômio que circulava no interior do Nordeste era a rapadura, carne-de-sol e farinha de mandioca.

A paçoca era o farnel de viagem dos bandeirantes. Quando paravam para o descanso, plantavam a roça de mandioca, ou seja, os indígenas plantavam, numa espécie de colaboração compulsória. Um bandeirante ficava com uma turma, aguardando a maturação. Após esta, eram arrancadas as raízes do solo e ali mesmo, de forma rudimentar, improvisavam-se a farinha e os fardos, posteriormente fechados em palha trançada e levados aos bandeirantes mais distantes, onde quer que estivessem, no lombo dos animais.

Para muitos sertanejos, a carne era garantidora de vida e coragem, sobretudo, quando tinham tarefas de roçado e não dispunham de tempo para almoçar em casa. Comiam no serviço, sem qualquer alteração da rotina. O cardápio era carne assada e farofa, carne picada com arroz, aferventado de bode, cheiros, cabeça de cebola com dente de alho, tudo a ser comido num prato de ágata com colher de zinco-estanhado. De sobremesa, comiam-se bananas e taco de rapadura.

No que se refere à culinária do Seridó, e, por conseguinte, a de Caicó, pois todo o interior nordestino possuía passadio idêntico, comia-se muito milho, farinha de mandioca, carne-seca, jabá (charque), carne-de-sol, carne de carneiro, cabrito e bode e a característica manteiga da terra, ou de garrafa (líquida). Buchadas, farofas, carne-de-sol, miúdos de porco e de carneiro eram preparados de várias maneiras, sendo muito consumidos também.

O fato de ser uma zona quase exclusivamente pecuária, curiosamente, não determinou o consumo diário da carne de gado, preferindo o sertanejo às “miunças”, ou seja, bodes, carneiros, porcos, cabras e ovelhas.

Cascudo (1983, p.833) cita um informante precioso, José Braz de Albuquerque Galvão, do “Talhado”, Acari (RN) que descreve o cardápio tradicional da zona fazendeira do Seridó:

¹² Substantivo masculino singular. Refeição. Comida armazenada em marmita para servir de lanche. Disponível em: (<http://www.dicionarioinformal.com.br/definicao.php?palavra=farnel&id=339> – Acesso em 25 de out. de 2008).



[...] Almoço, leite com cuscuz de milho, farofa de feijão macassa, manteiga do sertão, manguzá com coco, cuscuz com coco, batata doce, paçoca, carne assada, café. Adoçado com açúcar, com rapadura, também sobremesa. [...] Jantar. Feijão com carne de criação (*criação é a miunça*) para o povo comum e de gado para os “arremediados”, abastados, ricos, mas não todos os dias, quando usam a da carne-do-sertão, seca. Jerimum cozido, mel de rapadura com queijo. Café. [...] Ceia. Coalhada com rapadura e farinha. Tapioca. Queijo assado. Batata-doce. Café.

As delícias do Seridó e, conseqüentemente, de Caicó são uma junção de toda a culinária nordestina, mas também de várias iguarias muito apreciadas pelo típico sertanejo, como o queijo de coalho, a manteiga de garrafa ou manteiga da terra, a nata e até alguns pratos específicos como a Carne de Sol na Nata e a Cartola, todos estes muito explorados no Tirinete Culinária Sertaneja.

O alimento representa o povo que o consome numa imagem imediata e perceptiva. Dá a impressão exata do temperamento e maneira de viver, de transformar o ato de nutrição numa cerimônia indispensável de convívio humano, faz parte de sua própria cultura. A identidade alimentar não apenas fixa a continuidade cultural, mas a contigüidade do grupo na extensão do social.

Assim nos deparamos com o nosso cliente experimental, o restaurante Tirinete Culinária Sertaneja e partimos para o desenvolvimento da metodologia para este projeto e planejamento institucional para o mesmo.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

Com um cliente que tem no seu âmago uma cultura tão rica, porém pouco registrada foi necessário entrar em contato com vários seridoenses para saber mais a respeito do nosso objeto de estudo. Além da pesquisa bibliográfica, foi elaborada e aplicada uma pesquisa de mercado, com o objetivo geral de identificar o grau de conhecimento dos natalenses a respeito do restaurante Tirinete Culinária Sertaneja e avaliar se a população sabia a origem do mesmo, ou seja, legitimamente da terra, seridoense de Caicó, título bastante enfatizado positivamente por uma grande parcela de seridoenses habitantes de Natal e simpatizantes da região, amplamente conhecida pelo fornecimento de saborosas iguarias. Bem como, determinar o que seria necessário para o fortalecimento da marca e a definição do seu posicionamento no mercado.

A pesquisa de mercado foi de distribuição quantitativa, com questões do tipo aberta, fechada, dicotômica e encadeada.



O universo da pesquisa abrangeu pessoas de ambos os sexos, com faixa etária acima de 15 anos, pertencentes às classes sociais A, B e C, e, em sua maioria, formadores de opinião. A amostra contou com 400 (quatrocentos) questionários, aplicados aleatoriamente em locais de grande fluxo, onde se encontra o público-alvo.

O método de coleta de dados foi por contato, realizadas entrevistas pessoais entre os meses de Agosto e Setembro de 2008, em horários diversificados, com margem de erro de 5% para mais ou para menos e nível de confiabilidade de 95,4%.

A análise dos resultados foi feita com base no perfil da amostra, hábitos de consumo relacionados ao Shopping Midway Mall, grau de conhecimento sobre o Tirinete Culinária Sertaneja e afins, e hábitos de mídia. Com isso foi detectado o perfil do público-alvo, interessando mais os quesitos relacionados à faixa etária, grau de instrução e renda média familiar mensal.

CONSIDERAÇÕES

Os resultados que foram expostos na pesquisa de mercado realizada de uma maneira geral foram mais positivos que negativos quando direcionados ao cliente. Tanto a qualidade da comida, o cardápio e o ambiente, quanto a avaliação geral do próprio estabelecimento foram bem conceituados, fazendo com que o Tirinete Culinária Sertaneja tenha uma excelente aceitação entre o seu público-alvo.

É necessário ressaltar que o nosso cliente está localizado na praça de alimentação do maior shopping da cidade, o Midway Mall. No entanto, sua localização não o deixa livre de alguns problemas e ameaças. Na verdade, o shopping nada mais é do que uma grande vitrine comercial, fazendo com que todos os estabelecimentos possuam uma grande e igual visibilidade. Partindo desse aspecto, é que pudemos encontrar a real problemática do nosso cliente, que é a falta de um planejamento voltado para a comunicação. Isso foi comprovado a partir da pesquisa, que indicou que 53,6% dos entrevistados conheceram o Tirinete Culinária Sertaneja andando pela praça de alimentação do shopping e que apenas 5,4% foram através dos meios de comunicação.

Procuramos também identificar o grau de conhecimento das pessoas com relação ao restaurante Tirinete Culinária Sertaneja. 78,8% dos entrevistados já ouviram falar no restaurante, o que equivale a mais da metade dos entrevistados. Procuramos detectar entre as pessoas que conhecem o Tirinete, se elas sabem da origem do mesmo. Neste caso, o



resultado não foi bom, visto que apenas 16,8% mencionaram a origem correta, a cidade de Caicó.

Dentro da análise realizada também constatamos que não existe uma fidelização dos clientes, pois 65,2% raramente fazem refeições no restaurante Tirinete Culinária Sertaneja.

Enfim, a agência experimental Aloha Propaganda recomenda que o cliente vise o investimento em propaganda, utilizando-se de meios de comunicação eficazes ao seu problema. Com o uso dos resultados desta pesquisa, torna-se mais fácil o planejamento e, conseqüentemente, a criação de uma campanha para o nosso cliente, cujo objetivo principal é o fortalecimento da marca e a definição do seu posicionamento no mercado perante os seus concorrentes.

REFERÊNCIAS

CASCUDO, Luis da Câmara. **História da Alimentação no Brasil** – Pesquisas e Notas (Cardápio Indígena, Dieta Africana, Ementa Portuguesa). Belo Horizonte: Itatiaia; São Paulo: Universidade de São Paulo, 1983. 1v.

CASCUDO, Luis da Câmara. **História da Alimentação no Brasil** – Pesquisas e Notas (Cozinha brasileira). Belo Horizonte: Itatiaia; São Paulo: Universidade de São Paulo, 1983. 2v.

CIRNE, Moacy. **A Invenção de Caicó**. Natal: Sebo Vermelho, 2004. p. 27,106.

CLEMENTINO, Maria do Livramento Miranda. **O maquinista de Algodão e o Capital Comercial**. Natal: Universitária, 1986. p.29.

FARIA, Juvenal Lamartine. **Velhos Costumes do Meu Sertão**. 3 ed. Natal: Sebo Vermelho – Edições Especiais, 2006. p. 23 – 24, 33, 37.

FERNANDES, Caloca. **Viagem gastronômica através do Brasil**. 8 ed. São Paulo: Senac; São Paulo: Estúdio Sonia Robatto, 2007. p. 32, 38.

FLANDRIN, Jean Louis; MONTANARI, Massimo. **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

FREYRE, Gilberto. **Casa Grande & Senzala**. São Paulo: Global, 2005. p. 190.

LAROUSSE da Cozinha do Mundo: Américas. São Paulo: Larousse do Brasil, 2005.



MACÊDO, Muirakytan Kennedy de. **A Penúltima Versão do Seridó** – Uma História do Regionalismo Seridoense. Natal: Sebo Vermelho, 2005. p. 37, 204.

MEDEIROS, José Augusto Bezerra de. **Seridó**. Brasília: Gráfica do Senado Federal, 1980. p. 134.

MORAIS, Ione Rodrigues Diniz. **Desvendando a Cidade**. Caicó em sua Dinâmica Espacial. Brasília: Gráfica do Senado Federal, 1999.

PISO, Guilherme. **História Natural do Brasil**. São Paulo: Nacional, 1948. Tradução da edição. de 1948.

ROCHA NETO, Manoel Pereira. **Jornal das Moças (1926-1932): Educadoras em Manchete**. 2002. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Educação) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2002. p. 65

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

ARAÚJO, Alceu Maynard. **Brasil, Histórias, Costumes e Lendas**, 2000.
Disponível em: <<http://www.terrabrasileira.net/folclore/regioes/4modos/ndfarinha.html>> -
Acesso em 25 de out. de 2008

TERRA BRASILEIRA. **A Farinha de Mandioca**. Disponível em:
<<http://www.terrabrasileira.net/folclore/regioes/4modos/ndfarinha.html>> -
Acesso em 25 de out. de 2008

SADIA. **Carne Seca, Carne de Sol e Charque**. Qual a diferença? Disponível em:
<http://www.sadia.com.br/br/receitas/receitas_pratodia_dicas_imprime_7061.asp> - Acesso em 20
de out. de 2008