

Você sabe o que é Gastrodiplomacia?

Franceses e italianos são mestres nessa arte: bons chefs e receitas passadas de pai para filho por séculos, garantem a qualidade dos pratos, mas não só isso: eles convenceram o mundo inteiro – através de eficientes ações de marketing – que são inigualáveis.

Na França houve uma campanha com o renomado chef Alain Ducasse, para servir um menu com ingredientes e pratos franceses em nada menos de 150 países! Ora, ganharam com isso não apenas muito dinheiro e prestígio, como turistas e mais fama – em um círculo virtuoso onde todos se beneficiam.



No Brasil, apenas recentemente passamos a valorizar nossos produtos e receitas, e com grande sucesso, uma vez que temos ingredientes requintados e preciosos como o jambu, com o raro sabor umami ou cupuaçu e outros peixes saborosíssimos.

Além do folclore – não se trata apenas de mostrar o que temos

mais típico, mas também as possibilidades dos produtos com potencial de exportação.

Naturalmente, antes de qualquer encontro a mesa, o Cerimonial de ambos os países conversam para informar-se sobre eventuais alergias ou restrições alimentares. Além da cultura do convidado – que também deve ser analisada.

Formato mix – quando recebi, o hoje, Imperador Naruhito do Japão em São Paulo (em 2008) buscamos um cardápio com base internacional, mas com elementos exclusivamente nacionais: como o molho de jabuticaba acompanhando a carne – que fez muito sucesso então.

Com legenda – os menus impressos fazem parte da estratégia: colocados sobre a mesa individualmente, trazem a data e o nome em homenagem a quem o encontro acontece. E, em geral são bilíngues: além do português, são traduzidos para as línguas mais recorrentes na diplomacia (inglês, francês e espanhol). Mas, dependendo do visitante, pode-se acrescentar árabe, japonês ou chinês substituindo o inglês.

Prova dos 9 – um exemplo de como a gasterdiplomacia funciona de fato: em 2004, quando o então presidente Lula recebeu o primeiro-ministro do Japão, Junichiro Koizumi, a produção nacional de mangas sofria barreiras para ingressar em território japonês. De sobremesa, foi servida uma mousse de manga. Ali, o recado foi de agradecimento: o Japão tinha liberado, após 27 anos, o ingresso da fruta em seu mercado. Deu match!