

## Culinária dá gosto aos negócios

Beatriz Lorente



Chefs na edição 2008 do Paladar Brasil: expectativa de público de 4 mil pessoas

Os assuntos gastronomia e culinária hoje envolvem o que há de mais moderno. Para se consagrarem em meio a esse boom gastronômico, diversas publicações e empresas de comunicação passaram a promover festivais e circuitos em torno do tema. Por meio de parcerias com grandes marcas, esses eventos ganharam notoriedade e glamour escorados na presença de chefs nacionais e internacionais, tornando-se uma grande oportunidade de negócios para os anunciantes que querem pegar os consumidores pelo estômago.

O Paladar Brasil, promovido por O Estado de S. Paulo e pelo hotel Grand Hyatt, realiza sua terceira edição entre quinta-feira e domingo próximos (4 a 7 de junho). Ilan Kow, editor executivo do jornal, que veicula o caderno semanal Paladar, explica que o evento nasceu com o objetivo de se tornar uma extensão da publicação. "Além de chamar a atenção dos nossos leitores, geramos mídias em outras publicações, e isso se torna um ótimo negócio para os nossos parceiros." Para este ano a estimativa é de que mais de 4 mil pessoas participem de toda a programação, que inclui cursos e degustações.

Eventos de gastronomia fazem parte da estratégia da rede de hotéis, explica Gari Emberson, diretor geral do Grand Hyatt Brasil. "Em todos os Grand Hyatts do mundo promovemos experimentações como essa", afirma, ao lembrar que, nos dias do festival, o hotel recebe muitos hóspedes de outros Estados. Durante o evento, os leitores podem acompanhar o que acontece de melhor no hotel por meio do site do Estadão. Ao final, o caderno Paladar publica uma edição especial sobre o festival.

Outro veículo que atua nesse segmento é o jornal O Globo. A publicação promoveu recentemente diversos eventos relacionados à gastronomia, como o 1º Festival Água na Boca Barra, além do Festival Água na Boca Niterói, que ocorreu simultaneamente ao 16º Prêmio Água na Boca Niterói. Em ação paralela, foi formado um circuito gastronômico com a adesão de 25 restaurantes, que ofereceram menus diferenciados com valores mais acessíveis. O Casa Boa Mesa, do Grupo Casa Cor, que pertence à Doria Associados e à Abril, é um evento mais amplo. Une gastronomia e decoração e é realizado no Jockey Club de São Paulo. No ano passado o evento registrou a visita de 33.280 pessoas em 20 dias de funcionamento. O evento deste ano está programado para acontecer em outubro.

## NOVOS E ANTIGOS

A revista Prazeres da Mesa foi uma das pioneiras no segmento de eventos gastronômicos. De acordo com seu diretor editorial, Ricardo Castilho, essa é uma maneira de unir leitores e anunciantes em torno da culinária. "Desde a primeira edição, há seis anos, percebemos um

aumento no público presente, além de crescimento de assinaturas, vendas nas bancas e anunciantes", afirma.

A edição 2008 do Prazeres da Mesa ao Vivo contou com público de 9 mil pessoas. O evento deste ano está marcado para o final de outubro. A realização fica por conta da publicação, em parceria com o Senac São Paulo. O evento conta com diversos patrocinadores, como Sadia, Nestlé, Pão de Açúcar, J.Macedo e até marcas de outros países (como a ViniPortugal). A revista também promove o Mesa Tendências, uma espécie de congresso de gastronomia voltado a estudantes e profissionais.

Com lançamento previsto para o final de junho, a Revista Gosto também vai destacar a gastronomia. A publicação ficará sob a tutela de Dias Lopes, ex-diretor de redação da Gula. De acordo com Cidinha Cabral, diretora de marketing da Gosto, além da festa de lançamento estão previstos outros eventos para este ano. "Vamos lançar o Prêmio Gosto em dezembro, e o vencedor será conhecido em 2010", conta Cidinha.

LORENTE, Beatriz. Culinária dá gosto aos negócios. **Meio & Mensagem**, São Paulo, ano 31, n. 1361, p. 34, 1 jun. 2009.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais