

Jantares Gourmet dão nova perspectiva à imagem do cardápio McDonald's

Produtos McDonald's desconstruídos são apresentados sob forma de jantares de alta gastronomia em eventos para públicos estratégicos da rede.

Flavia Vígio*

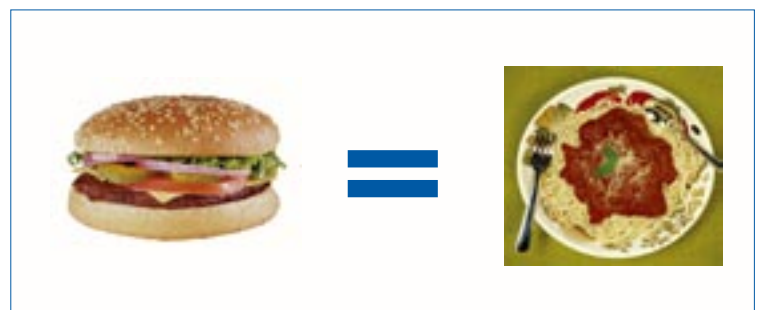
Tudo é uma questão de ponto de vista. Esta é mais do que uma expressão corriqueira. Uma visão histórica depende de quem a conta. A percepção de um objeto varia com a referência do observador. Uma boa refeição também pode ter várias interpretações. Depende da forma como a encaramos.

Um prato de espaguete com almôndegas e queijo ralado, por exemplo, servido numa porção de peso equivalente ao de um Cheeseburger McDonald's, tem exatamente as mesmas 290 calo-

rias cada um. E mais: as duas opções têm também a mesma composição de massa/pão, carne, molho de tomate e queijo, que correspondem aos mesmos teores de carboidratos, proteínas, gorduras e colesterol.

ponto de vista. Ou de hábito. Ou de informação.

Mudar uma percepção não é tão simples. Dados nutricionais de todos as opções do cardápio McDonald's estão disponíveis nos guias nutricionais atualiza-



Cheeseburger McDonald's tem as mesmas 290 calorias de um prato de espaguete com queijo ralado e almôndegas.

Ou seja: do ponto de vista nutricional, as duas opções são absolutamente equivalentes. Mas então, por que se tem a impressão de que um prato de espaguete é uma refeição e o Cheeseburger é apenas um lanche? É tudo uma questão de

dos periodicamente e distribuídos em todos os restaurantes da rede. Também estão no site da empresa. Mas nem por isso as pessoas se dão conta que o valor nutricional e a qualidade dos ingredientes utilizados no McDonald's são equivalentes



FOTOS: DIVULGAÇÃO

Flávia: mudança de percepção.



Salada de folhas mistas com crisp de Big Mac e molho reduzido de maracujá.

aos alimentos que elas têm na geladeira de casa.

Como mudar esta forma de pensar? No ano passado, quando foi feita a última atualização dos guias nutricionais, com o apoio da C2 Consultoria em Nutrição, surgiu uma idéia. A nutricionista Maria Luiza Ctenas, responsável pela análise, apresentou alguns dados interessantes para comparações.

Para quem trabalha no McDonald's, é fácil ter na ponta da língua as calorias de cada sanduíche - como o Big Mac, por exemplo, que tem 490 calorias. Mas talvez você não saiba que um prato feito, tipicamente brasileiro, com feijão, arroz, bife, fritas e salada de alface e tomate

(porção de 630 g), tem 1.435 calorias. Já uma fatia média de pizza de calabresa com mussarela tem 685 calorias. Uma coxinha de 100 g (sem queijo), tem 360 calorias.

Ingredientes desconstruídos

Estava aí o desafio. A área de comunicação corporativa do McDonald's Brasil propôs a Maria Luiza que desenvolvesse um jantar que desmontasse a contradição entre refeição e lanche. Mas havia uma regra que não poderia em momento algum



Polpetas de carne e cebola com matriz de molhos.

ser desrespeitada: todos os ingredientes, inclusive os temperos, deveriam ser exclusivamente os que compõem os produtos McDonald's. Ao mesmo tempo, tínhamos dois facilitadores: por

um lado, além de nutricionista, Maria Luiza também é uma respeitada *chef de cuisine*, discípula do conhecido *chef* catalão Ferran Adriá, famoso pelas receitas com alimentos desconstruídos. Por outro, a alta qualidade dos ingredientes usados pelo McDonald's permitiam reconstruções dos produtos com as receitas mais elaboradas.

Deste desafio, surgiu um jantar elaborado, com 10 pratos-degustação, todos desenvolvidos exclusivamente com ingredientes McDonald's. Em alguns casos, os fornecedores enviam o ingrediente diretamente para o local de

preparação do jantar, pois foram criados alguns cortes diferentes (a batata utilizada nos restaurantes, por exemplo, é sempre entregue cortada em palitos e no jantar ela pode ser servida de outras formas,

mas é rigorosamente a mesma batata).

O primeiro jantar teve menu que incluía: cestinha de parmesão com molhos cheddar e tártaro, sopa-creme de cenoura com gotas de azeite de gergelim, farofa de pão com cubos de McFish caramelizados com mostarda, salada de folhas com azeite de limão e crisp de cenoura, lâminas de batata

com recheio de McFish servido com balas de alface e molho agridoce, frango grelhado confitado em molho cítrico e servido com geléia de alho e gelatina de chá com picles, medalhão de Big Mac com mil folhas de maçã e geléia de tomate, minibúrguer com concasêe de tomate de cebola e telha de batata, canudinhos crocantes com amendoim servidos com espuma de baunilha e molho de maracujá e sorvete de baunilha servido com morangos recheados com toffee e casquinha de chocolate. Todos os pratos são criações absolutamente artesanais, e não há como reproduzi-las em escala industrial para fazer essa demonstração a todos os clientes do McDonald's. Mas já era o suficiente para encantar formadores de opinião.

Foi criado então um calendário de jantares, usando essas e outras novas receitas, sempre apresentando os produtos do McDonald's transmutados em novas iguarias. O objetivo é fazer com que os convidados percebam a alta qualidade dos ingredientes usados pela rede e, especialmente a ade-



Torre de sorvete de baunilha com calda de caramelo e amendoim.

quação dos produtos a uma alimentação equilibrada e nutritiva.

Nos jantares nunca há a obrigação de conversar sobre assuntos ligados ao McDonald's. Em muitas ocasiões, a atmosfera amigável que se cria, com grupos de em média 12 pessoas, permite o estreitamento de relacionamentos e conversas sobre os mais variados assuntos. Mas por via das dúvidas, pelo menos dois porta-vozes de alto nível da empresa participam de cada jantar, para responder sobre qualquer assunto ligado à empresa.

Atmosfera amigável

Dois aspectos importantes para uma boa receptividade à proposta, quando feitos os convites, são o ambiente agradável – os jantares são realizados no laboratório experimental de cozinha da nutricionista – e o acompanhamento de um *sommelier*, que harmoniza uma lista de vinhos, entre seis e oito tipos, dependendo do cardápio.

Desde o primeiro grupo, o objetivo foi alcançado de imediato. Sempre informados da

proposta do jantar, os participantes chegavam ao local com uma perspectiva, que era prontamente desconstruída no primeiro canapé. Já foram realizados 20 jantares exclusivamente para convidados como grupos de jornalistas (sempre setorizados por editoria, incluindo gastronomia, economia e saúde), grupos de médicos, de pediatras, de nutricionistas e até de funcionários e de fornecedores do McDonald's, para que eles também se envolvessem com a iniciativa.

O resultado desse programa pode ser medido tanto em número de jantares e de convidados quanto no amplo retorno positivo de imprensa. Mas o McDonald's prefere medir o sucesso no número de novos relacionamentos firmados e novos fãs da alimentação oferecida pela rede. Dá muito trabalho, mas é tudo uma questão de mudar percepções. 🏠

*Flávia Vígio é jornalista, responsável pela área de comunicação corporativa do McDonald's Brasil e pelo desenvolvimento do programa de jantares McDonald's em Perspectiva.