Gastronomia em 2025: queremos ser saudáveis, mas também rebeldes e quebrar regras

Alexandra Prado Coelho – PÚBLICO – 1 de janeiro de 2025

Valem o que valem – e não devem valer pouco, porque a indústria alimentar está atenta e muitos negócios fazem-se a partir delas: são as tendências para 2025 no mundo da gastronomia e da restauração, todos os anos discutidas nas semanas que antecedem o *réveillon*. Quais são as previsões?

Muitas delas são contraditórias – mas o que é que não é? Há, por um lado, diz a revista *National Geographic*, as "sanduíches supercheias" (são daquelas que nenhuma dentada consegue abarcar) e, por outro, uma (muito consensual, já que são várias as fontes que a referem) preocupação com o papel da alimentação na nossa saúde e bem-estar. Aparentemente, queremos ser saudáveis, mas precisamos de momentos em que claramente não o somos.

Na interpretação da *National Geographic*, "nos últimos anos, as tendências alimentares foram muito influenciadas pela crise provocada pelo aumento do custo de vida e pela longa sombra da pandemia, [mas] para 2025 há finalmente um sentimento de regresso do divertimento". É aí que entram as enormes sanduíches (e outras ousadias como "comer batatas fritas em restaurantes finos"), que mostram uma vontade de "rasgar o livro de regras de comportamento". (...)

Mais precisamente, comer o bem-estar

Outra tendência é a do "bem-estar de precisão", que entra na lógica dos planos alimentares e nutricionais personalizados, e que significa "produtos pensados para a idade, o estilo de vida, as necessidades físicas e mentais e o género", e que vai a par com o conhecimento cada vez maior do papel dos intestinos e do que contribui para os manter saudáveis.

Em sintonia com a Mintel, também a Innova aposta na *mood food*, ou seja, a procura, por parte dos consumidores, de alimentos que contribuam para uma melhoria do bem-estar físico, mas também mental; e na crescente importância da IA na inovação no sector alimentar.

A Nestlé começa com uma tendência um pouco diferente: a *new-stalgia,* que é como quem diz uma nostalgia, que olha para trás mas também espera algo de novo. Porque o mundo está difícil, as pessoas refugiam-se em "tempos mais simples" e sabores da infância, defendem os peritos da Nestlé. Um exemplo é dado pela cadeia de hambúrgueres norte-americana White Castle, que recuperou o seu *slider* de 1921 e juntou-lhe queijo com malagueta.

Mas logo de seguida vem a segunda tendência prevista pela grande multinacional. É isso: comidas e bebidas funcionais, que promovam o bem-estar porque "os consumidores estão a assumir responsabilidade pela sua saúde" e a adoptar práticas personalizadas "que vão ao encontro das suas necessidades".

Já ficou claro que em 2025 queremos ser saudáveis e rebeldes ao mesmo tempo. Mas, e quanto a sabores? O que podemos esperar das tendências para o ano que agora começa? O picante está em alta, assim como os sabores asiáticos (por alguma razão a gastronomia filipina aparece em destaque), assim como as algas, que vão fazendo o seu caminho e, aparentemente, conquistando mais adeptos.

Nas bebidas, mantermo-nos hidratados parece estar no topo das prioridades – bebidas sem álcool, que nos ajudem a dormir, mas também a ter energia, e que sejam infusionadas com ingredientes tidos como saudáveis, como a curcuma. E se ouvirem falar em *hawaij*, trata-se de uma mistura de especiarias iemenita que se pode juntar à sopa, ao café ou a outras bebidas, e, sim, promete vir a fazer furor em 2025.

https://www.publico.pt/2025/01/01/fugas/noticia/gastronomia-2025-queremos-saudaveis-tambem-rebeldes-quebrar-regras-2116868