

Valorização da cachaça no mercado e na formação profissional: Fator de competitividade do turismo brasileiro

JULIANA TROMBETA REIS * [julianatrombetareis@gmail.com]

MIRIAN REJOWSKI ** [mirwski@gmail.com]

Palavras-Chave | Turismo, Hospitalidade, Valorização da cachaça, Eventos, Formação profissional.

Objetivos | A cachaça faz parte da sociedade brasileira e estimula a hospitalidade, uma vez que reflete elementos socio-antropológicos do país, como o folclore, as religiões, as classes, a economia e, inclusive, os problemas sociais. A bebida é hoje reconhecida como genuinamente brasileira e estima-se que todos os estados brasileiros a produzam. Dada a importância econômica, social, cultural e turística da cachaça, este trabalho tem como objetivo primário estabelecer uma reflexão sobre a necessidade de formação de profissionais especializados no serviço da bebida como fator de competitividade do turismo na cidade de São Paulo. Nesse sentido, definiram-se três objetivos secundários: (i) compreender a cachaça como parte da identidade do brasileiro e o seu papel na hospitalidade no Brasil; (ii) levantar e analisar os eventos relativos à cachaça e programas de formação relacionados ao serviço dessa bebida no Brasil; e (iii) refletir sobre a necessidade de formação de profissionais especializadas na área no âmbito do turismo Brasileiro.

Metodologia | Esta pesquisa se caracteriza como exploratória do tipo levantamento (*survey*), conforme Dencker (2007). Utiliza como estratégias a consulta a sítios eletrônicos para cada uma das seguintes variáveis primárias: (i) eventos de cachaça; e (ii) cursos de formação de profissionais em serviços de cachaça. Os dados foram coletados em janeiro de 2014, referentes a eventos e cursos já realizados em 2013 e a serem realizados em 2014. Para o levantamento dos cursos foi também realizada uma pesquisa em sítios da Internet, no sentido de identificar os programas relacionados ao serviço da cachaça a partir da palavra cachaça associada a curso, serviço, formação, treinamento e capacitação. Ao longo da pesquisa observou-se que algumas instituições emitem certificados contendo a palavra 'cachacier' para o profissional especialista em degustação e serviço da cachaça. Mediante as evidências de que o mercado reconhecera o profissional do serviço da cachaça como 'cachacier', a pesquisa passou a investigar também essa nomenclatura para identificar tais cursos e encontrou novas incursões de programas com o referido tema.

Dentre diversas propostas de formação, de curta e média duração, deparou-se com a falta de informações para uma análise mais detalhada, com exceção de um curso – o do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial de São Paulo (SENAC

* **Mestranda em Hospitalidade** na Universidade Anhembi Morumbi. **Gestora** da área de alimentos e bebidas do Senac São Paulo.

** **Doutora em Ciências da Comunicação** pela Universidade de São Paulo. **Professora Titular** do Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi.

São Paulo), que disponibilizou dados do seu projeto. Por falta de outros cursos na cidade de São Paulo, consideraram-se programas realizados em outros estados que apresentavam informações como nome, objetivo, carga horária e programa. Todos os dados sobre os cursos foram registrados em fichas técnicas.

Principais resultados e contributos | Na consulta ao calendário oficial de 2014 não foi possível encontrar um evento específico sobre a cachaça, porém dois eventos citam a bebida ao descrever suas linhas de produtos e/ou serviços: a 9ª Feira de Tecnologia, Embalagens e Processos para Indústria de Bebidas e Alimentos (Envase Brasil), bianual, a ser realizada em Bento Gonçalves (Rio Grande do Sul) e 25ª Expor Brasília, anual, a ser realizada em Brasília, capital do Brasil. Nesse mesmo calendário, aparecem outros onze eventos que citam bebidas num contexto geral como fazendo parte de seus produtos ou serviços, sendo que cinco desses acontecem na cidade de São Paulo. No entanto, o único evento que contempla a cachaça de forma específica diretamente na cidade de São Paulo é a Expocachaça Dose Dupla. O evento está em sua 23ª edição e envolve a Expocachaça BH (Belo Horizonte), no centro de exposições Expominas, ancorando a Superagro Minas, e a Expocachaça Dose Dupla, no mercado municipal de São Paulo.

Além desses eventos relacionados a negócios de bebidas na cidade de São Paulo, foram identificados vários eventos gastronômicos de caráter turístico no estado de São Paulo, tais como a 9ª Festa do Peixe e da Cachaça (Piracicaba) e o 1º Festival Cachaça Gourmet (Vale do Paraíba). Cita-se ainda que nos demais estados do Brasil, são inúmeros os eventos que objetivam difundir a cultura cachacista e desenvolver o turismo, como os quatro exemplos seguintes: Cacharitiba (Curitiba – Paraná, Região Sul); Festa da Galinha e da Cachaça; Festa da Cana e Festival da Cachaça (Calambau – Minas Gerais, Região Sudeste); Festival do Mel, Chorinho e Cachaça (Viçosa do Ceará – Ceará, Região Nordeste).

A realização de eventos específicos sobre a cachaça, sejam relacionados a negócios ou à gastronomia, é uma das maneiras de desenvolver o turismo, com benefícios a todos os envolvidos, pois podem oferecer visibilidade aos produtores da bebida na realização de negócios, fruição de experiências gastronômicas e de lazer aos turistas e visitantes, valorização de aspectos culturais e de identidade nacional, e benefícios econômicos às comunidades que os acolhem (Chon & Sapparowe, 2003), além de outros efeitos. Obviamente há que se atentar aos impactos, tanto positivos quanto negativos, gerados pelos eventos de forma a contribuir com o desenvolvimento sustentável da destinação (Ruschmann, 2009).

Com a difusão e valorização da cachaça em eventos, é cada vez mais evidente a necessidade de formação de profissionais especializados no serviço desta bebida, com reflexos positivos no turismo na própria oferta turística e não apenas em empreendimentos de restauração (alimentos & bebidas). Conforme aponta Dencker (2004), os turistas buscam vivenciar diferentes realidades, participar e conhecer em profundidade pessoas e localidades, e a cachaça se insere como patrimônio cultural brasileiro a integrar a experiência turística. Segundo o Senac São Paulo (2013, p. 4), estes profissionais devem conhecer a cachaça, as regiões produtoras e os métodos de elaboração para realizar a venda e o serviço de maneira a orientar o consumidor e, muitas vezes o turista, nas possibilidades de apreciação e harmonização.

Ao realizar o levantamento de cursos sobre cachaça, constatou-se que a formação relacionada ao serviço da bebida é limitada e restrita a programas informais ministrados por profissionais autônomos como, por exemplo, blogueiros, produtores, lojas e outros especialistas. Além disso, foi possível identificar a utilização informal de diferentes termos para os profissionais que atuam no setor da cachaça, como por exemplo: sommelier de cachaças, cachacista, cachaçófilo, cachacólogo, cachacier e cachacièr. Verificou-se também em sítios eletrônicos de instituições privadas a indicação das funções desses profissionais voltadas à promoção e ao comércio da cachaça; ainda, o Sebrae menciona em uma pesquisa os especialistas de cachaças como *cachaciers*. Em relação aos cursos voltados à formação do profissional que trabalham com o serviço da cachaça, especificamente na cidade de São Paulo, foi lançado em 2013 um curso para a formação desse profissional intitulado 'Formação de *sommelier*: cachaças', oferecido pelo SENAC São Paulo em parceria com o Instituto Brasileiro da Cachaça (IBRAC). Caracteriza-se como um programa de formação inicial e continuada, justificado pela lacuna de profissionais especializados na bebida. O programa tem uma carga horária de 100 horas e em 2014, segundo informações do seu sítio oficial, tem oferta prevista em várias cidades do interior do estado de São Paulo além da sua capital. Verificou-se nas propostas dos cursos que nestes não se trata do papel agregador e estimulador da cachaça na hospitalidade brasileira e sua inserção no desenvolvimento do turismo. Destaca-se que a oferta de alimentos e bebidas, assim como de acomodação, "representa um ato de amizade, cria laços simbólicos e vínculos entre as pessoas envolvidas na partilha da hospitalidade" (Lashley & Morrison, 2004, p. 15).

Limitações | A pesquisa apresenta limitações quanto à abrangência de eventos e cursos sobre a cachaça uma vez que os mesmos foram levantamentos da mídia eletrônica, não sendo portanto uma amostra real do seu universo. Outra limitação se refere à falta de padronização de informações dos eventos e dos cursos, o que inviabilizou uma análise mais aprofundada da sua proposta e direcionamentos.

Conclusões | No mercado externo, o êxito desta bebida está relacionado com a imagem positiva do Brasil, e cada vez mais produtores participam de eventos internacionais. Já no mercado interno, há inúmeros eventos de negócios e culturais que acontecem no país como um todo. Na cidade de São Paulo, há uma predominância de eventos de negócios voltados à bebida mas ainda são pouco explorados os eventos culturais e gastronômicos voltados à mesma.

Os eventos levantados retratam uma pequena parcela de iniciativas regionais que vem acontecendo no Brasil de forma espontânea e que estão cada vez mais em evidência, reforçando a importância da cachaça tanto para o turismo de negócios ou de lazer quanto para o mercado de eventos. Com a difusão e valorização da cachaça em diferentes tipos de estabelecimentos de alimentos e bebidas, bem como de eventos temáticos, é cada vez mais evidente a necessidade de formação e qualificação de profissionais especializados no serviço desta bebida.

Constatou-se a utilização informal de diversos termos para se referir aos profissionais especializados no serviço da cachaça, mas não se pode verificar qual o termo mais empregado ou mais adequado sob a ótica do mercado. No levantamento e análise dos cursos relacionados com o tema, verificou-se que a produção da cachaça é bastante explorada por diferentes instituições educativas. Porém, a formação relacionada ao serviço da cachaça é mais limitada e restrita a programas informais ministrados por profissionais autônomos como, por exemplo, blogueiros, produtores, lojas e outros especialistas. Dada a importância econômica, social, cultural e turística da cachaça, e frente as diversas iniciativas para estimular e posicionar o setor, identificou-se apenas um curso formal ligado a uma instituição de ensino para desenvolver profissionais a trabalhar no segmento na cidade de São Paulo. Sendo assim, destaca-se a necessidade de aprofundar os estudos tão valorizados no meio da produção, mas necessários no aprimoramento da formação profissional em serviço de cachaças como fator de competitividade do turismo na cidade de São Paulo.

Por fim, destaca-se a importância da cachaça ser considerada como produto turístico nacional, o que requer, portanto, ser inserida como tal em eventos e cursos de formação de profissionais especializados, além de ser melhor explorada no turismo receptivo no país.

Referências |

- Chon, K. S., & Sparrowe, R. T. (2003). *Hospitalidade: Conceitos e aplicações*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Dencker, A. (2004). *Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Dencker, A. (2007). *Pesquisa em turismo: Planejamento, métodos e técnicas*. São Paulo: Saraiva.
- Lashley, C., & Morrison, A. (2004). *Em busca da hospitalidade: Perspectivas para um mundo globalizado*. São Paulo: Manole.
- Ruschmann, D. (2009). *Turismo e planejamento sustentável: A proteção do meio ambiente* (14ª ed.). São Paulo: Papirus.
- Senac São Paulo (2013). *Plano de curso de formação inicial e continuada: Formação de Sommelier – Cachaças*. São Paulo: Senac.