

Profissionais da elaboração à comercialização

Data: 27/05/2011

Veículo: Jornal Serra Nossa

Aos poucos, o vinho produzido no Brasil está caindo no gosto dos brasileiros. Além dos hábitos dos consumidores, o crescimento das vendas é resultado direto da renovação do setor nos últimos anos. As mudanças foram materializadas em investimentos em novas tecnologias de produção, reconversão de vinhedos e contratação de profissionais mais especializados.

Diante disso, é preciso consolidar uma identidade local para o vinho produzido no Brasil. E, para isso, toda a cadeia produtiva da indústria do vinho precisa de profissionais capazes de compreender o sentimento que está por trás dessa bebida milenar. De agrônomos a profissionais do turismo, passando por marqueteiros e enólogos, há diversas carreiras que despontam neste meio. A difusão da cultura do vinho no Brasil depende, de acordo com o presidente do Conselho Deliberativo do Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin), Julio Fante, do trabalho de uma equipe de profissionais, como enólogos, sommeliers, garçons, atendentes de supermercado e outros, que forneçam informações aos consumidores.

Formar profissionais qualificados em todos os departamentos da cadeia produtiva do setor vitivinícola é um desafio visível, diante do aumento no volume de litros produzidos pelo Brasil anualmente. Em Bento Gonçalves, o Instituto Federal do Rio Grande do Sul (IFRS) dispõe do único curso de nível superior para a formação de enólogos na região. "O enólogo dispõe de toda a formação técnica que acompanha os processos da vinificação, desde a colheita da uva, até o engarrafamento do vinho", relata o coordenador do curso superior de Tecnologia em Viticultura e Enologia do campus Bento Gonçalves do IFRS, Juliano Garavaglia.

Além de ensinar os conhecimentos técnicos necessários a este profissional, a instituição mostra, através de disciplinas distintas, noções de gestão, marketing e empreendedorismo, que possibilitam ao profissional gerenciar o processo inteiro. "A figura do enólogo está diferenciada, uma vez que ele precisa buscar outros conhecimentos importantes, como marketing, promoção e venda do produto", considera.

Este know-how é essencial, segundo ele, principalmente para competir com os produtos estrangeiros presentes no mercado brasileiro e também para tornar eficiente a exportação dos vinhos nacionais. "Ter um produto de qualidade e fazer com que ele venda é o grande desafio do setor a meu ver", opina.