

Beerscape, hospitalidade e cervejas artesanais no Brasil

ROBERT KENZO FALCK

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM)

ELIZABETH KYOKO WADA

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM)

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Beerscape, hospitalidade e cervejas artesanais no Brasil

Introdução

O mercado cervejeiro artesanal vem crescendo rapidamente ao redor do mundo, inclusive no Brasil. Dada a crescente importância do tema, o estudo das características únicas dos estabelecimentos cervejeiros - a oferta de produtos e serviços no mesmo ambiente, simultaneamente - torna-se relevante para o mercado. O beerscape, também conhecido como panorama de cervejas, é uma área pouco estudada sobre o meio cervejeiro, sem material brasileiro. Os manuscritos desenvolvidos pela academia abrangem diversas definições, e este artigo busca sintetizá-las, ilustrando o estado da arte do campo de estudos.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Os conceitos de experiencescape e servicescape são amplamente utilizados na literatura científica mundial. Porém, o conceito do beerscape ainda é incipiente. Este artigo, qualitativo e exploratório, utilizou a revisão sistemática de literatura como ferramenta, baseando-se no seguinte problema: quais modelos de beerscape adaptam-se à hospitalidade existente nos estabelecimentos cervejeiros brasileiros? O objetivo principal do trabalho foi elencar as principais definições sobre beerscape passíveis de adaptação à hospitalidade inerente aos estabelecimentos cervejeiros brasileiros.

Fundamentação Teórica

Este artigo baseou sua fundamentação teórica nos conceitos de hospitalidade (o relacionamento entre pessoas, anfitriões e hóspedes, sob regras, ritos e leis - incluindo-se o conceito de hospitableness), comensalidade (o comer junto, como materialização da hospitalidade), e o panorama de marcas (significados locais, formulação das marcas, modelos de construção de marcas, marca cervejeira, surgimento dos conceitos -scape).

Discussão

O desenvolvimento do termo beerscape surge a partir dos estudos de servicescape. Em seguida, os trabalhos sobre beerscape são apresentados, enfocando, mas não se limitando, aos aspectos geográficos do panorama cervejeiro, ao Neolocalismo (inclusive, quanto à revitalização de locais), às discussões sobre criação e desenvolvimento de marcas cervejeiras, à ascensão do turismo cervejeiro, aos aspectos físicos dos estabelecimentos cervejeiros, às características do consumidor de cervejas artesanais e às semelhanças e diferenças entre winescape e beerscape.

Conclusão

A cerveja artesanal, sob a lente do beerscape, possui significados muito além da simples ingestão de líquido. O consumo coletivo da bebida possui acepções contundentes de coesão social, lubrificante de relações e situações, amparo psicológico, saúde pessoal e coletiva, e outros. A partir do estudo do panorama das cervejas e seus diversos significados, é possível traçar paralelos e pontes com diversas áreas de conhecimento, apontando a não homogeneidade do beerscape. Este artigo buscou elencar e analisar uma parte dos manuscritos existentes sobre o tema, sem, contudo, esgotá-lo.

Referências Bibliográficas

As referências bibliográficas utilizadas indicaram o estado da arte sobre o beerscape. Os principais autores relacionados à hospitalidade, comensalidade e criação de marcas cervejeiras foram elencados e discutidos, além da análise aprofundada dos trabalhos científicos sobre beerscape, a partir de um enfoque multidisciplinar.