

Estudantes de Gastronomia montam cozinha de eventos em Porto Alegre

“Via que, para conseguir fazer minha arte, eu tinha que empreender na gastronomia. Ficar pelos outros para sempre não dá”, reflete o cozinheiro Kauã Rodrigues, de 21 anos. Ele entrou no projeto dos colegas Jhean Oliveira e Lorenzo Caetano, ambos de 22 anos e estudantes de Gastronomia da Pucrs, para tirar do papel o **Rue (@rue.poa)** — uma marca focada em gastronomia de eventos particulares e em restaurantes parceiros.

Os três deixaram os empregos fixos em cozinhas profissionais para se dedicar integralmente ao negócio. A renda de hoje vem do faturamento do Rue e de frilas para os próprios restaurantes por onde passaram, que continuam chamando o trio para apoiar a operação. Largar o emprego fixo, contudo, partiu de uma insatisfação comum: mesmo que isso significasse estabilidade, não trazia a autonomia desejada pelos jovens.

Cozinha sem amarras

“Queremos fazer as nossas coisas, ter liberdade para criar. Mesmo sendo muito novos, buscamos aprender coisas novas, porque qualquer um de nós chega a um estágio em que estagna na cozinha, sem ter mais o que aprender”, entende Lorenzo, que

compara o cenário atual com a mentalidade da geração dos pais, que ingressava em uma empresa buscando um porto seguro para a vida toda. “A antiga geração pegava uma empresa para ficar e se aposentar. Hoje, o cara vê que, às vezes, passa 10 anos numa cozinha e, de um dia para o outro, chegam e dizem: ‘obrigado aí, tchau’. Não adianta saber de tudo dentro do restaurante e depois ser descartado”, entende o jovem.

A aposta no trabalho independente só foi possível graças a uma vitrine: o próprio ambiente da Pucrs, onde o convívio com professores e colegas serviu de ecossistema para testar e validar o negócio em tempo recorde. “A gente está numa bolha muito boa pra crescer. **Tem muitos professores e alunos apoiando. Isso permite que a gente sonhe alto**”, afirma Kauã.

Em apenas um mês de operação, em meados de abril deste ano, os três perceberam que “a galera comprou a ideia”, tanto que investiram em camisetas com a marca Rue. Essa é só uma das estratégias para fidelizar a comunidade; a outra abarca o trabalho feito nas redes sociais. Os cozinheiros deixaram de lado o perfeccionismo para mostrar a vida real e os bastidores da ope-



Jhean Oliveira, Lorenzo Caetano e Kauã Rodrigues decidiram empreender com a marca Rue

ração, que acontece na garagem da casa de Kauã. “Foi uma obra em tempo recorde, mas já temos todos os equipamentos. Quem vê na internet acha até que é um erro, mas a gente prefere mostrar o processo, da feira à produção, do que só postar foto da comida”, reconhece Jhean.

Ainda que com pouca idade, os três têm bagagem e não se prendem a uma única culinária. Jhean é a referência quando o menu pede massas artesanais ou pratos italianos, além de do-

minar a panificação. Já Lorenzo prefere trabalhar com culinária oriental e frutos do mar, enquanto Kauã passa por fases criativas e, atualmente, está aprofundado na gastronomia Nikkei — fusão entre as culinárias peruana e japonesa. Para os estudantes, a diversidade de repertório de cada um agrega valor e versatilidade na hora de montar cardápios exclusivos para os clientes.

Embora a operação itinerante garanta flexibilidade e baixo custo, o plano de longo prazo é abrir

um espaço físico próprio, longe do modelo convencional. “É um sonho que não dá para tirar da cabeça, senão a gente relaxa”, projeta Kauã.

A ideia do grupo é criar um ambiente com balcão, bar, música e cozinha aberta, sem as barreiras de um restaurante convencional.

“A gente busca essa proximidade, sem aquela parada de cozinha trancada, onde só o garçom fala com a mesa”, descreve Lorenzo.

Inquietação e estilo de vida moldam novos negócios

Tendo em vista o perfil propositivo procurado pelas empresas e a busca de diferentes públicos, entre eles os jovens, por estabelecer empreendimentos, existem profissionais que atuam no campo de mediação e auxílio a este público. Estabelecido na Pucrs, o **Idear, Laboratório Interdisciplinar de Empreendedorismo e Inovação**, atende majoritariamente pessoas com idades entre 18 e 23 anos.

Ana Cecília Bisso é uma das professoras fundadoras do Idear. A jornalista, que já atuou na imprensa tradicional e à frente de startups, enxergou no empreendedorismo uma nova oportunidade. “A educação empreendedora foi uma ferramenta para conseguir transformar essas oportunidades que eu via, as ideias que eu tinha, em coisas concretas”, compartilha.

Tipos de empreendedorismo Segundo a professora, existem dois tipos diferentes de empreendimentos que moldam o panorama atual, ambos em crescimento. “O empreendedorismo por necessidade é aquele que ocorre a partir da necessidade de um incremento de renda.

Precisa-se fazer uma faculdade, uma viagem. Empreende-se para incrementar renda ou para ter um meio de vida”, explica.

Para além da necessidade, existe o empreendedorismo de oportunidade, que se caracteriza pela escolha consciente de empreender, mesmo tendo outras opções profissionais disponíveis.

Para Ana Cecília, mesmo em um País em que existem diversos públicos com necessidades de criar negócios para sustento próprio, a escolha de iniciar no setor por oportunidade está muito atrelada a características de estilo de vida dos mais jovens.

“Os mais jovens tendem a **olhar esse equilíbrio entre vida profissional e pessoal como muito importante**, como a questão da saúde mental e relação com o propósito, por exemplo”, explica a professora, acrescentando que, em muitos empreendimentos por oportunidade, há o direcionamento em atender a um estilo de vida próprio.

Novos perfis e eixos

A partir da experiência no atendimento da nova geração, ela acredita que as ideias de



Ana Cecília Bisso está à frente do Idear, laboratório na Pucrs

negócios estão, cada vez mais, saindo dos eixos tradicionais e se expandindo para outras áreas.

“Temos visto propostas muito diferentes, da Biologia, da Teologia, do Direito, da Comunicação, da História. São estudantes da História que trabalham com jogos. Já de estudantes do Design, vêm muitas ideias diferentes”, exemplifica.

Desde universitários que buscam ideias em sala de aula a jovens que querem incrementar negócios familiares, a professora descreve que a inquietação

é uma característica presente nesta geração.

“Atendemos muitas pessoas que têm curiosidade e vontade de fazer uma coisa diferente, pessoas interessadas em entender um pouquinho mais sobre o empreendedorismo e, talvez, concretizar ideias. Então, são indivíduos que vêm com propostas, com ideias e que se imaginam no futuro”, complementa.

Com atuação em diferentes frentes, o Idear opera de forma multidisciplinar, ofertando

programas, oficinas e serviços. Entre eles, a especialista destaca o Torneio Empreendedor, uma competição anual de ideias, gratuita e aberta a todos os públicos, assim como oficinas e capacitações, muitas gratuitas.

“Hoje, a palavra principal é impacto, no sentido de transformação. A pergunta é ‘que transformação eu quero gerar para o mundo’. Inclusive, provocamos os empreendedores a não olharem só para os seus negócios com a ideia de lucrar, mas como esse negócio impacta a sociedade e o meio ambiente”, conta a professora.

Atendendo novas necessidades do mercado e novos perfis de consumidores, ela detalha que os negócios atuais tendem a se concretizar como negócios de impacto, empreendimentos sustentáveis financeiramente que nascem com o objetivo primordial de gerar uma mudança positiva.

“Se olharmos, os consumidores demandam isso e o mercado também. Precisamos ter um mundo cada vez melhor e trazer essa responsabilidade para o empreendedor desde o centro.”