MINUTO VAREJO

Churrascaria consagra a cultura e o gaúcho nos Estados Unidos

PATRÍCIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC



Quarteto de gaúchos, nome também da função de passar o espeto, migrou do Brasil para Las vegas

Grife nascida no Rio Grande do Sul expande puxada pela cultura e culinária regional

Patrícia Comunello
patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

"Go, Fogo!" O brado é puxado por um quinteto de gaúchos, quatro deles empinando espetos com cortes tradicionais de churrasco, em frente a uma das dezenas de unidades da Fogo de Chão. Neste caso, é a unidade que abriu no começo do ano no luxuoso e icônico resort Venetian, inspirado na arquitetura de Veneza, no coração da vertiginosa Las Vegas, nos Estados Unidos.

O grupo, com integrantes entre mais veteranos, que desembarcaram no fim dos anos de 1990, na estreia da marca nos Estados Unidos, e recém-chegados. O que eles têm em comum é a identidade conectada a tudo que gira em torno do churrasco e suas origens no Rio Grande do Sul. A Fogo de Chão virou vitrine da cultura gaúcha para o mundo, com força nos EUA, onde tem mais de 110 unidades. A Estátua do Laçador, por exemplo, está emoldurada em painéis nas unidades. Em Manhattan, em Nova York, tem mais de três metros de altura e está bem na entrada do restaurante.

Márcio Bonfada, há 27 anos na empresa, hoje é um dos executivos que comanda implantações de filiais. Foram mais de 15. A do Venetian é uma das maiores da rede, com 5 mil metros quadrados de área total. A unidade tem dois andares. "São duas cozinhas, duas churrasqueiras, dois salões. Estar aqui no resort é um passo enorme, pois é um lugar premium", valoriza Bonfada.

"Antigamente, a gente saía procurando lugar, hoje os empreendimentos procuram a Fogo", compara o executivo. A operação tem uma galeria, no segundo piso, com dezenas de quadros de fotografias com as paisagens do Rio Grande do Sul, desde o cavalo, a lida campeira, o peão e as vestimentas, além de instrumental, da faca a outros itens. Vira atração para os frequentadores. As equipes têm o "gaúcho", como é chamada a função de passar o espeto pelas mesas. Além disso, há diferenciais. "A gente sempre se preocupou em trazer a cultura do Rio Grande do Sul junto e estudamos muito", comenta Bonfada.

A família Lugarezi está entre as mais de 300 que já foram, entre aspas, exportadas do Brasil, muitas vindas do Rio Grande do Sul, para trabalhar ou assumir operações de churrascarias. Ele veio com a mulher Kamila, que também trabalha no restaurante, e os filhos bem jovens, Matheus e Vinicius. "A gente veio atrás do que a gente sonha", diz Jonas, que comanda a família trabalhando no mesmo local. No passado, eram casais que migravam, agora filhos acompanham.

"É um novo futuro, queremos estudar. A cidade é ótima", comentam os irmãos. Kamila se anima com a nova fase, que teve também passagem antes por Chicago, onde tem Fogo de Chão. Lugarezi também atua no controle de qualidade de quem maneja o espeto para assar cortes. Picanha e outras carnes conhecidos dos gaúchos estão no rodízio.

O fluxo segue acordo que a rede tem com o governo dos EUA para preservar a técnica de elaborar e servir o churrasco. A marca quer dobrar de tamanho em cinco anos, lembra o diretor-geral no Brasil, Paulo Antunes. A metá é ultrapassar receita de US$ 1 bilhão.

O fluxo migratório começou no final dos anos 1990, quando a primeira unidade foi aberta em Dallas, no Texas, em 1997. Um dos diferenciais da unidade, que parece uma grande vitrine, é um locker - uma espécie de vitrine - onde as carnes principais ficam maturando, técnica que melhora a maciez da fibra e o gosto. "O cliente pode escolher o corte de preferência", diz Bonfada.

O principal argumento é a necessidade de preservar uma técnica específica: a maneira como o gaúcho prepara, apresenta e serve o churrasco diretamente à mesa. Para a empresa, trazer profissionais do Brasil é uma forma de manter essa tradição e garantir a reprodução do modelo de atendimento, diz Antunes. Há também mudanças visíveis na própria identidade da marca desde sua chegada aos Estados Unidos.

A tradicional bombacha foi atualizada, ganhando estilo mais casual. Os gaúchos vestem uma gravata que deu mais elegância. Uma adaptação ao mercado americano que mostra como a tradição gaúcha também se transforma para conquistar novos públicos.

PATRÍCIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC



Bonfada (esq.) faz implantações e valoriza espaço conquistado

PATRÍCIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC



Família Lugarezi chegou em janeiro do Brasil para atuar na filial

PATRÍCIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC



Carne no locker onde é maturada para depois ser assada e servida