

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS HUMANAS

Gustavo Ferreira Costa

A EVOLUÇÃO DA COQUETELARIA

Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel (Trabalho de Conclusão de Curso).
Orientador: Prof. Dr. Marcelo do Carmo Rodrigues.

Juiz de Fora
2018

DECLARAÇÃO DE AUTORIA PRÓPRIA E AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

Eu, **Gustavo Ferreira Costa**, acadêmico do Curso de Graduação Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, regularmente matriculado sob o número 201572101A, declaro que sou autor do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **A Evolução da Coquetelaria**, desenvolvido durante o período de 12 de março de 2018 a 04 de julho de 2018 sob a orientação do Prof. Dr. Marcelo do Carmo Rodrigues, ora entregue à UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF) como requisito parcial a obtenção do grau de Bacharel, e que o mesmo foi por mim elaborado e integralmente redigido, não tendo sido copiado ou extraído, seja parcial ou integralmente, de forma ilícita de nenhuma fonte além daquelas públicas consultadas e corretamente referenciadas ao longo do trabalho ou daquelas cujos dados resultaram de investigações empíricas por mim realizadas para fins de produção deste trabalho.

Assim, firmo a presente declaração, demonstrando minha plena consciência dos seus efeitos civis, penais e administrativos, e assumindo total responsabilidade caso se configure o crime de plágio ou violação aos direitos autorais.

Desta forma, na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Juiz de Fora a publicar, durante tempo indeterminado, o texto integral da obra acima citada, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação do curso de Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas e ou da produção científica brasileira, a partir desta data.

Por ser verdade, firmo a presente.

Juiz de Fora, ____ de _____ de _____.

Gustavo Ferreira Costa

Marcar abaixo, caso se aplique:

Solicito aguardar o período de () 1 ano, ou () 6 meses, a partir da data da entrega deste TCC, antes de publicar este TCC.

OBSERVAÇÃO: esta declaração deve ser preenchida, impressa e **assinada** pelo aluno autor do TCC e inserido após a capa da versão final impressa do TCC a ser entregue na Coordenação do Bacharelado Interdisciplinar de Ciências Humanas.

A EVOLUÇÃO DA COQUETELARIA

Gustavo Ferreira Costa¹

RESUMO

O objetivo deste trabalho é realizar uma revisão bibliográfica acerca da evolução da coquetelaria, de como surgiu, e quais foram seus grandes momentos durante a história até os dias atuais, apontando também grandes profissionais que se destacaram durante esse percurso, mostrando suas respectivas contribuições para que a coquetelaria se tornasse o que é hoje em dia. Além disso, pretende-se abordar brevemente o estado e a visibilidade da coquetelaria no País, mostrando os profissionais que, por aqui, foram responsáveis pela disseminação dos estudos, pesquisas, e da profissão de bartender de forma geral. Como base teórica para elaboração deste trabalho, serão utilizados além da minha experiência profissional e de estudo sobre o assunto, um leque de livros, reportagens, revistas, e participações em seminários sobre o assunto, além de entrevistas indiretas realizadas através de canais de comunicação existentes na área. Também se faz importante neste trabalho ser claro e objetivo, afim deste poder ser tomar base para futuros estudos e pesquisas acerca da coquetelaria e sua evolução.

PALAVRAS-CHAVE: Coquetelaria. Evolução. Mixologia. Coquetéis.

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho visa explicar como surgiu o conceito de coquetel e como se deu a evolução da coquetelaria até os dias atuais, além de pontuar fatos históricos baseados em obras de autores, pesquisadores e profissionais relacionados ao tema.

O conceito de coquetelaria, assim como a definição de cocktail, são muito recentes. A primeira aparição se deu em 13 de maio de 1806, no jornal *The Balance and Columbian Repository* de Nova Iorque, escrito pelo editor Harry Crosswell com definição que será mencionada posteriormente neste trabalho.

É possível notar semelhantes ocasiões em que tal conceito aparece em diversas histórias antigas com o intuito de elucidar a mistura de ingredientes com um determinado fim, o consumo. Uma dessas aparições antigas, data de 1632 de um pergaminho em sânscrito, onde é descrito como preparar o que hoje conhecemos como punch, e também descreve seus ingredientes como álcool, água, açúcar, especiarias e limão.

Para melhor entendimento do trabalho, ele será dividido em etapas nas quais serão explicadas de forma geral seus pormenores.

Na primeira etapa, será abordado a evolução da coquetelaria, com seus respectivos destaques; Na segunda etapa serão destacados nomes que trabalharam e investiram muito estudo para a coquetelaria ser o que é hoje em dia; posteriormente, na terceira etapa falaremos sobre os profissionais brasileiros que se destacaram e se destacam na área da coquetelaria; na quarta parte falaremos sobre como a coquetelaria atinge e influencia o setor de bar para eventos e como a perspectiva vem mudando nos últimos anos.

Como existem poucos ou nenhum material de estudo que possam servir como base para aprofundamento no assunto da coquetelaria, meu objetivo com esse trabalho é permitir que o leitor tenha acesso a um apanhado geral de informações de cunho introdutório para se aprofundar nos estudos e pesquisas. Como base para esse trabalho, serão utilizados autores como Harry Johnson e Jerry Thomas, que tiveram muito destaque na profissão e grande contribuição com seus estudos, além de outros.

¹ Graduando em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF. E-mail: gusfcosta@gmail.com. Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel. Orientador: Prof. Dr. Marcelo do Carmo Rodrigues.

2. SURGIMENTO DO CONCEITO “COQUETELARIA”

Em 1806, Croswell define *cocktail* como: *a stimulating liquor composed of any kind of sugar, water and bitters* (um licor estimulante composto por qualquer tipo de açúcar, água e *bitters*). Após essa primeira definição, o conceito foi sendo lapidado, e ganhando muitos adeptos que constantemente acrescentavam significados ao termo. Ser estimulante sempre foi um objetivo básico de qualquer coquetel, mas a verdadeira arte da coquetelaria só foi se desenvolver graças a nomes como Harry Johnson com suas grandes contribuições e estudos; e Jerry Thomas, ou como ficou conhecido “professor” Thomas, um *bartender* americano que trabalhou tanto nos EUA quanto na Europa.

3. GRANDES MOMENTOS DA SUA EVOLUÇÃO

De posse do principal conceito, é possível apontar vários acontecimentos que marcaram (e modificaram) a forma de consumo de coquetéis ao longo do tempo, desde a supracitada data em que foi primeiramente citada no *The Balance and Columbian Repository* em 1806.

Um fato que é muito comum atualmente, porém é ignorada a causa ou motivo de estar ali, é o uso do gelo nos coquetéis. Seu uso nos coquetéis tem como objetivo resfriamento e diluição, esta segunda, porém, deve ser extremamente controlada para evitar um desequilíbrio na receita final. Hoje em dia, usar gelo nos nossos coquetéis pode parecer muito simples, pois com o avanço da tecnologia muitos de nós podemos produzir o nosso próprio gelo no conforto de nossas casas mas, no século XIX esta não era uma tarefa simples. Devemos muito a uma pessoa em especial, que um dia pensou em criar e exportar gelo em uma época onde sequer era possível armazená-lo e que, na ocasião, os transportes conhecidos mais rápidos eram os navios: Frederic Tudor que ficou conhecido como *Ice King*. Tudor não obteve sucesso em suas primeiras tentativas, afinal, como dito acima, a maioria dos portos não possuía “refrigeradores” e muito menos os navios, dessa forma o gelo sempre derretia no percurso. Mas mesmo com diversas falhas (e prejuízos) ele continuou tentando até obter sucesso na criação de um método que o permitisse transportar seu gelo da sua fábrica até outros lugares dos Estados Unidos (e posteriormente países mundo afora). Essa descoberta de logística no transporte do gelo além de fazê-lo bilionário, também alavancou em muitas vezes o consumo de coquetéis nos Estados Unidos e no Mundo, visto que agora muitas pessoas conseguiam ter acesso facilitado ao gelo que antes era de uso quase restrito às localidades mais frias do globo. Durante pouco mais de um século, a coquetelaria foi evoluindo, com ações de profissionais como o já mencionado Jerry Thomas, além de outros tão importantes como Harry Johnson (autor de *The Bartenders manual*).

Na segunda década do século vinte, quando o consumo dos coquetéis ganhou grande impulso, devido à facilidade de acesso ao gelo que foi se intensificando ao longo do século dezenove e também do melhor acesso à informação técnica que foi proposta por Jerry Thomas e Harry Johnson em seus livros. Tem-se início então os *Prohibition Days* que chegam como uma péssima notícia para todos os donos de estabelecimentos que comercializavam bebidas alcoólicas, assim como para os profissionais que atuavam na área. Os *Prohibition Days*, em suma, são um conjunto de leis que tinham como principal objetivo reduzir o consumo de bebidas alcoólicas nos Estados Unidos. Para alcançar esse fim, o governo proibiu a produção, importação, transporte e venda de bebidas alcoólicas de qualquer tipo, além de inúmeras outras pautas que visavam o controle do consumo, nos primeiros anos dentro dessa proibição, o consumo de coquetéis caiu imensamente, pois era muito complicado conseguir alcoólicos para o trabalho em coquetelaria, porém logo surgiu um movimento que começou a fazer força contrária as pressões constantes impostas pelo governo, tal movimento ficou conhecido como *Speakeasy* e foi muito importante para a continuidade dos trabalhos dentro da coquetelaria naquela época. Dentro dos *Prohibition Days* que eram locais, em sua maioria, escondidos que comercializavam coquetéis além de outros tipos bebidas, esses locais também eram tidos como ponto de encontro de pessoas interessadas no assunto, o que facilitava a troca de conhecimento acerca da coquetelaria. Os profissionais bartenders que atuavam nos estabelecimentos que tinham *Speakeasy* precisavam ser muito criativos em suas misturas, a fim de mascarar completamente o álcool (resguardando-se em casos de fiscalização), dessa forma foram criados nessa época vários coquetéis que até os dias atuais são tidos como clássicos, devido ao sabor e personalidade, como por exemplo o *Bloody Mary* que, na época, cumpriu muito bem seu papel, devido sua mistura de suco de tomate, molho inglês, molho de pimenta e especiarias à vodka, deixando-o completamente neutro, no que diz respeito à sabor alcoólico. Ao contrário do que se esperava, os *Prohibition Days* não cumpriram seus objetivos e, ainda pior, alavancaram o crime organizado, visto que este era

o principal meio de aquisição de bebidas alcoólicas durante o período da proibição até seu fim, em 5 de dezembro de 1933.

Na década de trinta, pós proibição, houve um grande aumento na liberdade de criação dos profissionais, principalmente dos que já estavam atuando em estabelecimentos *Speakeasy*, essa liberdade gerou muitas novas receitas e estudos dentro da coquetelaria e, também, começaram os estudos de novas culturas a fim de aprender novas técnicas ou aprimorar as já existentes. Esse movimento de criação que explodiu nesta década deu início à cultura dos *Tiki* dentro da coquetelaria, cultura essa que teve início com *Ernest Raymond Beaumont Gantt* ao explorar todas as ideias da Cultura *Tiki* oriunda da Polinésia e trazer para os Estados Unidos em forma de um bar temático nomeado *Don the Beachcomber* que oferecia desde ambiente estilizado até coquetéis temáticos, que eram servidos em canecas especiais de barro ou porcelana (com imitação das divindades *Tiki*) e com decorações sempre muito exacerbadas, assim como os famigerados guarda-chuva para coquetéis.

O Turismo, que também começou a se desenvolver nesta década, também foi um fator influenciador para o aumento no consumo de coquetéis, visto que houve aumento na demanda e, mais importante, aumento na exigência de qualidade dos consumidores. A constante troca de informações entre turistas e *bartenders* impulsionou (e facilitou) ainda mais as pesquisas e criações, visto que agora as informações chegavam até o balcão do profissional com muito mais facilidade. Os turistas que chegavam aos bares com demandas de produtos nativos de suas regiões e consumiam o produto oferecido pelos estabelecimentos de outras localidades geravam receita financeira e incentivavam a continuidade das pesquisas e estudos por partidos profissionais daquela região. Ao final da década, conseguimos notar um outro grande ditador de normas de consumo, afora o turismo, o cinema.

O uso do imaginário coletivo como forma direta de comercialização ou de agregar grande valor a algum produto sempre foi muito intensa, mas em 1940 (décadas após a criação do cinema em 28 de dezembro de 1895) a ficção exibida nas telas se apropriou dessa ideia e começou, como nunca antes, a vender direta e indiretamente inúmeros estilos de vida através dos filmes e, esses costumes, rapidamente eram assimilados na sociedade atingida, gerando grande mudança na forma como consomem no dia-a-dia. Os coquetéis não ficaram de fora das telas e, muito menos, da regra. Qualquer coquetel que aparecia em algum filme rapidamente se tornava famoso e requerido nos bares, esse costume obrigou que os profissionais ficassem mais ligados ao que era mostrado e, também, a buscar meios de aprender com a ficção o que é considerado por muitos atualmente o segredo de qualquer criação, o porquê dela. A história por trás daquele coquetel, sua razão de ser, e isso passou a se tornar principal tópico nas criações e, além disso, grandes conversas profissional/cliente que geram um contato muito maior do que o simples ato da venda.

Quando a coquetelaria vivia um grande momento, e um crescimento bem satisfatório com bares e profissionais criando muito, têm-se início o racionamento de uma grande quantidade de produtos devido à Segunda Guerra Mundial, de 1939 à 1945 os profissionais se viram obrigados a desenvolver coquetéis utilizando ingredientes que até então eram muito pouco utilizados com esse fim, foi então que os *mixers* surgiram com grande força na coquetelaria, os profissionais começaram a misturar água, sucos, refrigerantes às bebidas alcoólicas com fim de reduzir seus custos e, assim, conseguir continuar com as vendas dos coquetéis. Porém os coquetéis com esses ingredientes acabaram por cair no gosto dos consumidores e a ideia de utilizar os *mixers* nunca foi interrompida, mesmo ao final do racionamento.

No início dos anos cinquenta, com o grande avanço tecnológico, as indústrias começam a fabricar produtos com a categoria *premium* que tem um nível de qualidade superior aos que até então eram comercializados e utilizados, estes produtos se diferenciam em diferentes níveis, desde maior cuidado no cultivo das matérias primas até grandes investimentos nos equipamentos onde será realizado toda a transformação até a aquisição do produto final. Claramente, assim como em diversas outras áreas, tais produtos começaram a chegar ao mercado com preço razoavelmente superior se comparados com os atuais, porém esse fato também foi de grande valia, pois muitas empresas que já estavam no mercado reduziram seus preços para continuar competitivos. A tecnologia disponível na época também facilitou a distribuição, tanto dos novos quanto dos antigos produtos o que permitiu que muitos profissionais que antes não tinham acesso para trabalhar determinado produto, agora conseguiam trabalhá-los em coquetéis e, quanto mais profissionais criando e pesquisando, mais o mercado da coquetelaria crescia e se difundia ficando assim muito mais conhecido. Na mesma década, o Presidente *Franklin Roosevelt* opta por estabelecer novas políticas de relacionamento com o Caribe, o que permite a importação (e posteriormente exportação) do rum caribenho. Essas políticas de relacionamento facilitaram o acesso ao rum e, também, reduziram o preço pelo qual o mesmo era comercializado nos Estados Unidos, visto que agora era de muito mais fácil aquisição, novamente,

impulsionando trabalhos em cima da bebida, proporcionando um grande aumento na qualidade dos coquetéis desenvolvidos tendo este como base.

Um outro grande acontecimento que precisa ser mencionado neste trabalho, é a fundação da *International Bartenders Association* em 1951. A IBA, como é popularmente conhecida, é a maior organização global quando o assunto são coquetéis e a profissão de *bartender*, ela é a responsável por catalogar e padronizar as receitas conhecidas como oficiais e disponibilizar para todos. Essa padronização realizada pela IBA é o que transforma a profissão de bartender em algo tão global, afinal, o mesmo coquetel que se bebe em um País, será bebido em outro, seguindo os padrões da IBA.

Seguindo a história, no final dos anos cinquenta e no início dos anos sessenta, com a coquetelaria bastante em alta devido ao surgimento dos produtos *premium* e das novas políticas de relacionamento, a crescente evolução tecnológica novamente colabora para os diversos mercados, incluso a coquetelaria. Grandes investimentos foram realizados na comunicação, ampliando imensamente o alcance e a acessibilidade da mesma, pessoas que antes sequer podiam pensar em assistir/possuir uma televisão, agora podiam, o mesmo acontecia com rádios e cinemas. Em todos esses meios existiam propagandas diversas com um único intuito, vender algo a alguém. Foi com esse passo, que tivemos na história da coquetelaria uma frase que impulsionou em milhares de vezes o consumo do coquetel *Vodka Martini*. A frase "*Shaken and not Stirred*" apareceu pela primeira vez na série *Diamonds Are Forever* em 1953 onde James Bond pede que seu *Vodka Martini* seja batido, e não mexido. O simples fato de um personagem de uma série aparecer bebendo tal coquetel foi suficiente para causar grande demanda do mesmo em vários bares mundo afora. Ainda, na mesma década, aproveitando-se da grande facilidade que agora as pessoas tinham de acessar o conteúdo das "mídias" disponíveis, grandes empresas de bebidas enxergaram uma oportunidade de utilizar esse recurso como *marketing* e começaram a desenvolver grandes campanhas que incentivavam o consumo de bebidas alcoólicas e, também, difundia o conhecimento acerca da coquetelaria e de produtos criados com aquela marca específica de bebida à qual estava sendo anunciada. Esse costume foi propagado cada vez mais durante o desenrolar da década, com vários bares executando receitas desenvolvidas pelas grandes indústrias e desenvolvendo suas próprias releituras de alguns *drinks* que já haviam saído do costume de consumo.

Chegam então os anos setenta que revolucionam completamente os hábitos de consumo com a mudança do estilo de vida das pessoas, com o início da era Disco, pessoas que tinham o costume de sair para beber e conversar durante longas horas, passaram a começar a sair para beber e dançar. Essas duas perspectivas distintas são conhecidas por *Drink & Talk* e *Drink & Dance*. Até a década de setenta, com a prevalência do *Drink & Talk* os bares especializados em coquetéis conseguiam trabalhar suas cartas de serviço com mais especialização, focadas em coquetéis longos, muitas vezes refrescantes e com teor alcoólico mais brando para possibilitar os clientes de consumirem vários drinks ao longo da noite e não gerar embriaguez rapidamente. Com a mudança da perspectiva para *Drink & Dance* isso mudou radicalmente, as pessoas não mais queriam perder tempo com coquetéis longos e mais diluídos, queriam beber rápido e ir para as pistas de dança. Com essa demanda, então, renascem com muito vigor na coquetelaria os *shooters*, que são coquetéis de 50 à 80 ml com teor de álcool bem elevado, devido a quase ou nenhuma diluição dos componentes utilizados e que proporcionam às pessoas beber pouco e ficar rapidamente no clima das pistas. Além de serem muito correspondentes às necessidades das pessoas na década de setenta os *shooters* também possuíam algo além, o visual. Um grande *shot* que ficou muito famoso foi o B-52 que fazia menção ao *Boeing B-52 Stratofortress* dos EUA, sua peculiaridade era a composição em três camadas e sua forma de serviço que era pegando fogo o que chamava muito a atenção de quem o consumia. Ao longo da história outros tantos *shots* foram inventados, sempre seguindo esse ideal de ser um coquetel diferenciado, com formas inusitadas de consumo e com aparência chamativa.

Retomando os costumes da década de setenta, no consumo ágil de coquetéis, também é importante ressaltar o impacto que isso gerou nos bares especializados em *drinks* pois precisaram reconstruir toda sua carta de serviço para uma nova proposta e também realizar modificações em sua estrutura, passando a oferecer uma pista de dança para reter os clientes durante as horas noturnas. Ao final da década, mais uma alteração ocorre nos hábitos de consumo. Dessa vez não foi uma mudança tão centralizada ou impactante quanto a do início da década mas, também, teve suas especificidades que não agradaram a todos os proprietários de bares da época. Essa mudança não foi de fato nomeada, sendo assim a nomeei de *Drink & All* seguindo o mesmo perfil das outras duas perspectivas. Nessa mudança, as pessoas já não possuíam ao certo um modo de consumo, ficando muito aberto e variado de pessoa para pessoa, algumas gostavam de sair para beber e dançar, outras para beber e conversar, outras para fazer os dois. Sendo assim, bares que antes podiam focar seus produtos para o público geral, agora passaram a ter que se segmentar de acordo com o nicho que queriam

atender. Alguns optaram por permanecer da mesma forma, outros inovaram com duas vertentes, outros apostavam apenas na clássica. Fato é que esta mudança abriu portas para a diversidade de produtos que se eram possíveis encontrar em um bar, com cartas mescladas e de altíssimo nível de produção e qualidade.

Passando agora para a década de oitenta que foram anos muito marcantes e importantes para a coquetelaria como um todo, nesta década muitos produtos eram consumidos por seus rótulos ou seus valores agregados, quase nunca pela qualidade do conteúdo. Os rótulos de *whisky*, por exemplo, faziam mais sucesso que a própria bebida, para muitos profissionais esse aspecto de consumo é muito prejudicial, pois limita a forma de trabalho e aumenta o custo de produção, uma vez que a demanda por esses rótulos específicos impede o trabalho com produtos de semelhantes ou superior qualidade, porém sem tal status. Esse consumo ditado pelo status foi incentivado pelo movimento de evolução da comunicação que começou nos anos sessenta. Com o impulsionamento dos investimentos em tecnologia e comunicação, as empresas começaram a criar um *pushing* de seus produtos para o mercado com grandes campanhas de marketing, e investimentos em embalagens cada vez mais inusitadas e chamativas e, poucos investimentos em evolução dos produtos pois, começaram a notar que, naquela época, o consumo era dado mais pelas embalagens do que pelo pela qualidade do insumo. Esse tipo de costume foi continuado até 1986, quando a empresa que detinha os direitos da Vodka sueca *Absolut* começou a lançar os flavors que são vodcas saborizadas artificialmente com o objetivo de se tornar base para algum coquetel específico. A primeira *Absolut Flavors* a ser lançada foi a *Peppar*, com sabor de pimenta, desenvolvida especialmente para a composição do coquetel *Bloody Mary*. O sucesso da vodka saborizada foi tamanha que logo começaram a surgir outros sabores como a *Citron*, com sabor cítrico desenvolvida para o *Cosmopolitan*, e assim por diante com muitos sabores sendo lançados anualmente até os dias atuais. Esse produto, sempre com garrafas muito desenhadas e decorativas aliava, com muita eficiência, qualidade de produto com embalagem extremamente elegante. Um outro fator importante que deve ser mencionado ao lembrar da década de oitenta, é o surgimento do movimento *new wave* que foi responsável por quebrar as ideias propostas nos anos anteriores (60 e 70) e criar uma cultura completamente debochada e mais descontraída, com visuais e costumes completamente diferente dos antes vistos. Esse novo movimento foi o principal responsável pela alteração da forma de consumo do *Drink & Dance* para o *Drink & All* que foi mencionado acima incentivando novamente a aparição de coquetéis *long drinks*, martinis e afins. Um grande clássico, surgido nessa década, que perdura até os dias de hoje, é o *sex on the beach* que surgiu em 1987 em um concurso para uma indústria de *peach schnapps* (espécie de licor de pêssego) em *Fort Lauderdale* na Flórida.

À medida que a década vai terminando, pode-se notar um grande aumento da percepção do que hoje entendemos como a globalização, facilitando o acesso à informação e aumentando este em inúmeras vezes, permitindo viagens muito mais rápidas entre os países e criando grandes redes de comunicação instantâneas que logo evoluíram para grupos, divididos por tipos e segmentos. Na década de noventa com o grande crescimento da globalização, o mundo da coquetelaria tem várias novas mudanças, o Brasil começa a ser mais conhecido na coquetelaria a partir da adesão da Caipirinha como coquetel oficial da lista da IBA em setembro de 1995 através de um pedido de Derivan Ferreira de Souza, que até então era o vice-presidente da Associação na América do Sul. O drinque foi o 64º a integrar a lista de coquetéis oficiais da IBA ao lado de clássicos como *Margarita*, *Manhattan*, *Dry Martini* e outros. Uma outra grande mudança nesta foi a eleição do *Cosmopolitan* como receita da década, iniciando assim a terceira era de ouro dos Martinis, que tiveram seu primeiro ápice no ano de 1904 com o *Dry Martini* de *Frank Newman* e o segundo na década de 1950 com o Vodka Martini vendido por Hollywood em seus filmes e séries, de onde saiu a famosa frase de James Bond: “*A dry martini, shaken and not stirred*” que já foi mencionada neste trabalho. Tal mudança influenciou todo um hábito de consumo, dessa vez não só nos Estados Unidos, mas em grande parte do mundo. Nessa década, os profissionais também começam a perceber a necessidade de explorar novos ingredientes e, assim, ingredientes locais, ervas, e especiarias em geral que nunca tinham sido imaginados em bebidas começam a ser misturados, gerando resultados incríveis e inspirando grandes revoluções na coquetelaria.

Um outro grande passo dado nessa década foi a criação dos produtos super premiums que elevou ainda mais o nível dos produtos premium criados na década de cinquenta e proporcionou, também, acesso facilitado a eles através da redução de seu valor de mercado.

Com grandes estudos desenvolvidos na área de alimentos e bebidas ao longo da década de noventa, temos na sua segunda metade a consolidação da gastronomia molecular como algo completamente novo e revolucionário, a reinvenção da forma de consumo é tida como uma novidade e foi muito bem recepcionada nos diversos lugares que trabalhavam com alta gastronomia. Quando enfim chegamos na primeira década do século 21, se apoiando na então recém consolidada gastronomia molecular, surge a mixologia molecular dentro da coquetelaria, que dizia respeito a recriação de muitos coquetéis utilizando toda a ciência por trás da química e

reinventado muitos coquetéis através de espumas, esferificações padrões, esferificações inversas e muitas outras coisas. Assim como a gastronomia molecular, a mixologia molecular teve uma aceitação gigantesca nos bares mais conceituados mundo afora, onde prontamente os *bartenders* e mixologistas começaram a desenvolver receitas utilizando-se das técnicas-base e inovando em vários projetos de assinatura própria. Também nessa década, temos como grande destaque a eleição do *Mojito* como drink mais consumido, fenômeno este que foi alavancado e causado pelo movimento minimalista (que já existia desde a década de 60 mas ganhou muita força na corrente década) que visava um cuidado extra com a aparência e também por movimentos que procuravam usar ingredientes naturais nas construções dos *drinks*.

Ao final da primeira década, começasse a pensar muito na criação de produtos caseiros para usos próprios dentro dos bares, como estes produtos não eram limitados pela demanda de mercado que as indústrias seguiam, acabou por possibilitar o surgimento de uma grande variedade de produtos dos mais diferentes tipos, sabores e aromas, o que gerou um impulso enorme nas criações de vários coquetéis e releituras com outros sabores e aspectos. Na segunda década, como houve grande aproximação da coquetelaria com a gastronomia devido a integração da ideia da molecular na coquetelaria, aconteceu quase que naturalmente a aproximação do bartender com o chef de cozinha, devido ao seu grande *know how* acerca das técnicas de preparo de muitos insumos e, também, seu conhecimento sobre harmonização dos ingredientes ou food pairing que atualmente é muito utilizado na criação de coquetéis e ingredientes para a coquetelaria. Também nessa década, houve a intensa valorização do gin na coquetelaria, devido às suas diversas especificidades de sabor, aromas e inúmeras possibilidades de harmonização. Graças a esse fato, a Gin Tônica se torna o coquetel da década, passando a ser completamente repaginada, o coquetel que antes era de costume servir em um copo long-drink, agora passa também a ser servido em uma elegante taça balão de haste prolongada, aumentando em muitas vezes sua apresentação, além disso passa a ser cada vez mais comum servir o coquetel adicionando-se sempre de várias ervas, especiarias e frutas diversas, criando receitas cada vez mais saborosas e visualmente apresentáveis. Nessa década, também temos no Brasil a cidade de São Paulo/SP sendo conhecida como um grande centro de coquetelaria, com grandes bares dentro do *50th best bars*, um movimento global que seleciona os 50 melhores bares do mundo em um ranking anual. Esse reconhecimento colocou o Brasil no mapa da coquetelaria mundial como nunca antes, incentivando profissionais a se reinventarem, e a participar cada vez mais de campeonatos. Grandes indústrias do mundo das bebidas também começaram a olhar para o Brasil elegendo inúmeros embaixadores de marca por aqui, que seriam responsáveis por representar a marca e seus produtos no País criando com ela uma grande rede de profissionais capacitados teoricamente acerca de produtos que antes não existiam ou eram encontrados facilmente. Esse fato, com certeza, aumentou em muitas vezes o número de profissionais que trabalham com coquetéis no País, pois agora existiam pessoas em quem se espelhar e ter como base para estudos e inspiração.

Para concluir essa primeira grande parte do trabalho, é importante ressaltar alguns acontecimentos da linha do tempo previamente exposta que aumentaram a visibilidade do Brasil no mundo para a coquetelaria, um desses acontecimentos foi a eleição do *Sky Bar* do Hotel Unique na cidade de São Paulo/SP como o 17° e o Bar do Copa, na cidade do Rio de Janeiro como o 41° entre os 50 melhores bares do mundo como mencionado acima e, além disso, em 2017 tivemos pela primeira vez um bartender brasileiro vencendo um campeonato de cunho internacional de coquetelaria, Kennedy Nascimento conquistou o *Legends of London* e colocou definitivamente nosso País no mapa mundial da coquetelaria, mostrando que aqui também se faz ótimas pesquisas sobre coquetéis, e que possuímos profissionais de altíssimo nível, tais quais as potências mundo afora.

4. FIGURAS IMPORTANTES NA HISTÓRIA DA COQUETELARIA

Como todas os grandes segmentos, a coquetelaria não seria o que é atualmente se não tivesse contado com grandes profissionais, estes que se dedicaram completamente para a difusão do conceito e, também, seu aprimoramento. Como seria demasiadamente extenso citar todos eles, farei menção a quatro grandes nomes que ecoam até hoje em minha memória, e sempre que faço algum estudo sobre bar e coquetelaria.

Tentando seguir uma ordem cronológica segundo as maiores contribuições de cada um dos nomes, começaremos por Harry Crosswell, jornalista norte-americano nascido no século 18 e que entra citação pela sua definição muito intrigante realizada em 1806 onde, no jornal da cidade de Columbia onde era editor citou pela primeira vez em uma grande mídia o termo *Cocktail*, gerando muito questionamento e dúvida. Quando questionado por um leitor o que significava o termo utilizado, Crosswell respondeu em outra matéria

“Cock-tail, then, is a stimulating liquor, composed of spirits of any kind, sugar, water, and bitters; it is vulgarly called bittered sling, and is supposed to be an excellent electioneering potion, in as much as it renders the heart stout and bold, at the same time that it fuddles the head. It is said also, to be of great use to a democratic candidate: because a person having swallowed a glass of it, is ready to swallow anything else.” (The Balance and Columbian Repository, 13 de Maio de 1806)

Após tal publicação, e do fato de dar nome para algo que já era conhecido e consumido a muito tempo, acabou por gerar tanta curiosidade acerca do que eram de fato os *cocktails* que seu consumo aumentou nos estabelecimentos dos Estados Unidos.

O segundo nome a se mencionar é Harry Johnson, que foi um brilhante bartender norte-americano que trabalhou em diversos hotéis, cafés e restaurantes no século 19. Em 1860 lançou a primeira versão de seu livro, *Bartenders' Manual*, o primeiro material impresso sobre coquetelaria e a profissão de bartender em bares dos mais diferentes segmentos

“[...] there is described and illustrated, in plain language, the popular mixed concoctions, fancy beverages, cocktails, punches, juleps, etc. This volume also furnishes comprehensive instructions to be observed in attending a bar, in personal conduct, how to serve and wait on customers [...] This manual likewise gives a complete list of all bar utensils, glass and silver ware, mixtures, liquors and different brands of beverages that will be required, with directions for their proper use. [...]” (Bartenders' Manual, Pgs. 6/7)

Johnson é considerado por muitos o pai da coquetelaria devido a sua grande contribuição para os estudos. O livro de Harry Johnson fez tanto sucesso que em 1882 ganhou uma nova versão, desta vez ilustrada e muito mais robusta, contendo inúmeros adicionais se comparada a primeira versão de 1860.

O próximo bartender que se faz obrigatório escrever sobre é Jerry Thomas, considerado o pai da mixologia Americana. Thomas foi pioneiro no que diz respeito a popularizar o consumo de coquetéis nos Estados Unidos, passando por diversos balcões, como por exemplo o *Metropolitan Hotel* (onde foi head-bartender) e seu próprio bar na Broadway entre as ruas 21 e 22. “Professor” Thomas, como ficou popularmente conhecido, sem dúvidas é um icônico nome que ecoa até hoje quando o assunto é coquetelaria. Em 1862 lançou seu livro *How to mix drinks or The bon vivant's companion* que se trata de um grande catálogo de receitas de *drinks* clássicos e autorais, incluindo seu famoso *Blue Blazer*. Seu livro foi a primeira publicação exclusivamente sobre coquetéis nos Estados Unidos e é considerado por muitos como de indispensável leitura.

Por último, o legendário *bartender* do Ritz Hotel na França, Frank Meier. O bartender que serviu pessoalmente o próprio *Hernest Hemingway* (que posteriormente veio a ser homenageado como nome do bar do Ritz, em substituição do então nome *Little Bar*). No ápice de sua carreira, em 1936, Meier escreveu e publicou seu livro, *The Artistry of Mixing Drinks*, um livro de receitas com vários coquetéis (incluindo seu famoso *Bee's Knees*) e boas maneiras.

Esses quatro profissionais (e obras) acima citados são de indispensável leitura para o aprofundamento nos estudos da coquetelaria, seu nascimento e evolução. Agora, para trazer esse estudo para o nosso País, serão citados profissionais que foram de grande importância aqui dentro para que tivéssemos conquistas e reconhecimentos como já mencionado na primeira parte deste trabalho.

5. GRANDES PROFISSIONAIS BRASILEIROS:

Afora os grandes profissionais atuantes na coquetelaria em outros países, essa parte do trabalho será específica para os profissionais brasileiros que, de seis décadas para cá, têm realizado muitos trabalhos colocando o Brasil na rota da coquetelaria mundial, tanto como produtor de diversos insumos (incluindo destilados complexos como o gin) quanto em qualidade profissional, para melhor espaçamento, dividirei esses grandes profissionais em três gerações, que nada mais são do que divisões entre as eras de atuação dos

profissionais mencionados, tendo início na década de 1950 e chegando até os correntes dias. É importante ressaltar que além dos profissionais que serão citados em cada geração, existem muitos outros que tiveram grandes participações para a evolução da coquetelaria no País, mas devido ao curto alcance deste trabalho faz-se difícil mencionar todos.

A primeira geração teve início com um grande nome para a coquetelaria nacional, Angel Ojea que começou a trabalhar como bartender aos 20 anos, na década de 50. Naquela época, segundo Ojea, ele sequer possuía um balcão onde pudesse preparar os drinks que eram servidos e, inevitavelmente, estes eram combinados à mesa, na frente do cliente. Viajou para Bolívia e Argentina por chance profissional e só retornou ao Brasil em 1974 para a inauguração do Hotel Sheraton, no Rio de Janeiro, onde assumiu como chefe de bar. Devido às suas passadas viagens, Ojea possuía grande bagagem teórica, trazendo para o País grande quantidade de receitas e técnicas novas e desconhecidas. Angel Ojea foi o responsável pelo início da cultura de bares em hotéis e, diz ele

“Acho que foi quando a profissão começou a ganhar seus contornos no país. Os bartenders da época perceberam que não bastava apenas preparar um coquetel: era preciso simpatia, atendimento diferenciado, algo que é indispensável para quem quer exercer o cargo” (Angel Ojea em entrevista para a revista Rabo de Galo #2 pg. 33)

Na segunda temos como destaque Derivan Ferreira de Souza, ou como ficou popularmente conhecido, Mestre Derivan. É um dos bartenders com participações mais importantes nas décadas de 1980 e 1990 e que esta em atividade até os dias de hoje, também é, sem dúvida, um dos maiores ícones da coquetelaria brasileira e uma peça importante para entender o que se bebia naquela época e, também, atualmente. Sempre com um sorriso no rosto, e seu já conhecido terno branco, Derivan é unanimidade no cenário da coquetelaria brasileira.

Iniciou sua carreira aos 19 anos, no Hilton Hotel e nos anos 80 fez especialização na Itália para então viajar por mais de 25 países do mundo se aperfeiçoando profissionalmente. Trabalhou em muitos bares mundo afora. Para lembrar de alguns, *Paddock*, *Bistrô*, *Ficus Bar*, *Tanoeiros Bar*, *La Petula*, *Esch Café* para posteriormente assumir o Bar Número, nos Jardins, em São Paulo.

Por três anos, conquistou o prêmio de melhor barman do ano pelas revistas *Veja* e *Gula* e lançou cinco livros sobre coquetéis. Derivan também é um dos responsáveis pelo reconhecimento da nossa Caipirinha como coquetel mundial, tendo sua adesão à lista de coquetéis oficiais da *International Bartenders Association* (como já foi mencionado) e, posteriormente, à nossa constituição Brasileira. (§ 5º do Art 68. do Decreto Nº 6.871 de 4 de Junho de 2009)

Ainda na segunda geração temos como destaque, também, uma das principais (e mais importantes) barwoman do Brasil, Sandra Mendes, que começou sua jornada na profissão muito nova, logo após a ditadura, quando muitos ainda consideravam um subemprego.

“Era o início de tudo. Outra época, saindo da ditadura, sem internet ou telefonia móvel. Quase nada de informação já significava muito.” (Sandra em entrevista para revista Rabo de Galo #2, pg 34)

Era frequentadora dos bares underground de São Paulo nos anos oitenta, como Ritz na Alameda Franca, o clube Rose Bom Bom e o famoso Madame Satã onde ensaiou seus primeiros coquetéis. Se destacou no circuito carioca, por trás do lendário balcão do Dama de Ferro, que era um dos principais redutos para bons coquetéis na capital fluminense.

Sandra chama a atenção para a extrema dificuldade que teve para iniciar sua carreira na profissão

“Eu era do circuito alternativo, mulher. Era ainda um nicho muito machista e conservador, cheio de preconceito” (Sandra em entrevista para revista Rabo de Galo #2, pg 34)

e, ressalta ela, que vê com ótimos olhos o estágio atual da coquetelaria no País

“Jovens e velhos cheios de talento, se reinventando, crescendo e aprendendo. Temos muito o que aprender, lógico. Mas é surpreendente o salto que tivemos.”

Quando alcançamos a terceira geração da coquetelaria no País, nos deparamos com o experiente bartender que comandou o balcão do Spot por quase 18 anos, Alexandre D'Agostino, atuando no bar de Janeiro de 1999 até Dezembro de 2016. Ele diz que parte do sucesso da coquetelaria Brasileira advém da evolução da tecnologia e do advento da internet, onde se torna possível alcançar outros bartender, acompanhar outros profissionais, conhecer mais bares e adquirir conhecimento de forma mais eficaz

“Procuramos mais acesso a informação sobre cultura de bar fora do Brasil, aproveitamos um boom no setor gastronômico. A internet ajudou bastante a divulgação do trabalho e a valorização do profissional”. (Alexandre D'Agostino em entrevista para a revista Rabo de Galo #2. Pg 35)

Após encerrar sua carreira no *Spot*, D'Agostino começou a empreender no setor, inovando com sua marca de coquetéis engarrafados, a *Apothek Cocktails & Co*; onde produz e comercializa versões dos clássicos prontos para o consumo, em qualquer lugar. Sua proposta logo evoluiu para um bar no formato Speakeasy, com 17 metros quadrados, inicialmente funcionando apenas às quintas feiras, com a proposta de servir apenas coquetéis que logo foi se modificando e agregando novas opções de serviço e, também, abrindo outros dias da semana.

Outro grande destaque dessa terceira geração é Kennedy Nascimento, bartender à frente do Grupo Vegas desde 2015, Kennedy é considerado um prodígio na coquetelaria Brasileira, seu primeiro trabalho no Grupo Vegas (que agrega sete grandes empreendimentos na grande São Paulo) foi a reformulação da carta de coquetéis do Riviera Bar, tradicional bar que compõe a cena paulistana desde 1949. Além disso, ele também foi o vencedor do *Legends of London 2017*, se tornando o primeiro bartender brasileiro a conquistar um campeonato internacional de coquetelaria.

Kennedy também defende que percebeu nos últimos anos uma real diferença na valorização profissional, na profissionalização dos bartenders e na evolução do paladar dos bebedores.

“Acredito que estamos no meio de uma fase muito boa para os profissionais de bar, assim como aconteceu há pouco tempo com os chefs de cozinha, sommeliers e produtores de cerveja artesanal. [...] Agora depende de nós cultivarmos e continuarmos elevando o nível da nossa coquetelaria”. (Kennedy Nascimento em entrevista para a revista Rabo de Galo #2 pg 35.)

Atualmente ele compõe o time de professores da ABS SP, Acadêmia de Bartenders da cidade de São Paulo; e atua como consultor de bares tendo assinado cartas em diversos estados do País.

6. A COQUETELARIA E OS EVENTOS NO BRASIL:

Como acompanhamos até aqui as diversas modificações que a coquetelaria sofreu desde seu nascimento, fica claro os impactos que tais modificações constantes causam em todos os lugares onde ela é aplicada. Nessa etapa pretendo abordar apenas a Coquetelaria dentro dos bares de eventos, onde existe uma demanda e, também, visão muito diferente dos bares e hotéis que abordamos até aqui.

Com o início do século XXI e a convenção pela comemoração dos eventos com maior elegância, começa-se a existir demandas por serviços diferentes dos já conhecidos buffets de comida e bebida. Nessa etapa, surgem os bares de *drinks* com serviços específicos para o setor, apresentando coquetéis pouco elaborados (se comparados aos servidos na mesma época nos bares de hotéis e grandes restaurantes país afora) e de forma bem ágil para atender a demanda de muitos convidados em grandes aniversários, formaturas e outros, em seu início nesse novo cenário aqui no Brasil, não havia muita demanda por uma alta coquetelaria dentro dos eventos, sendo assim os próprios buffets iam se adaptando para atender a demanda dos drinks nos eventos. Após alguns poucos anos, com a intensificação da demanda pelo serviço, começam a surgir empresas pioneiras no setor de bar de *drinks* para eventos, um grande exemplo é a pioneira *Help!Bar*, que notou a demanda de serviço e investiu na criação e melhora do serviço oferecido, criando rapidamente várias franquias no Brasil. (e em outros países, inclusive). Após ela, se seguiu da aparição de várias outras empresas, colocando os eventos no Brasil definitivamente na rota da coquetelaria e mostrando um grande mercado a se explorar qualitativa e quantitativamente. Empresas que disputam uma parcela do setor de coquetelaria para eventos têm

investido crescentemente em inovação e estruturas, criando diversas vertentes e novos hábitos que acabaram por diferenciar completamente a coquetelaria de eventos da coquetelaria utilizada em outros segmentos. Após o ano de 2010, há uma grande mudança na perspectiva desse seguimento, surgem novas técnicas como a mixologia molecular, e as empresas se veem na obrigação de se adaptar a essas novas demandas do mercado criando bares ainda mais requintados, apresentando coquetéis com maior atenção na elaboração, e pela primeira vez se aproximando muito do seguimento de coquetelaria externo à eventos.

7. UM NOVO CONCEITO DE SERVIÇO: EXPERIÊNCIA

De 2015 pra cá tem se tornado muito comum a demanda por algo além do serviço, algo que seja memorável. Os bares de hotéis começaram a se adaptar a essa demanda já no ano de 2015, com elaboração de novas técnicas em fabricação de ingredientes. Uma que chama muito a atenção são os estudos da mixologia propriamente dita, criando ingredientes e utilizando ingredientes muito diversificados a partir de qualquer matéria prima, inclusive insetos. Outro hábito que se tornou muito comum também foi a fabricação artesanal de gelos, para que ficassem completamente translúcidos e que pudessem ser moldados em diversas formas, como diamantes e esferas, permitindo uma diluição muito mais controlada de acordo com cada tipo de coquetel.

Os eventos não ficam atrás nessa evolução de demanda, logo começaram a surgir ideias de interação com os convidados dos eventos de formas muito variadas como pessoas com grandes fantasias ou recipientes de LED andando pelo espaço do evento oferecendo bebida e entretendo os convidados, as empresas também começaram a investir em animadores dos mais diversos segmentos, sempre acordando com o tema do evento em questão, uso de balcões cada vez mais exuberantes, como em formato de aquário ou com projeção 3D têm se tornado cada vez mais comum em eventos pelo país.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por fim, considero atualmente a coquetelaria no País como muito promissora, muitos profissionais se capacitando e, cada vez mais, aparecem pessoas interessadas em entender o que são de fato os coquetéis e, também, como aprecia-los. Como bartender voltado para o setor de eventos consigo enxergar mudanças gigantescas em nossa atuação profissional por trás dos balcões e o grande crescimento das empresas atuantes nesse setor, sempre com grandes inovações e mudanças a fim de acompanhar o ritmo ditado pelas grandes indústrias e cidades do Brasil.

Apesar de jovem, a coquetelaria vêm ganhando muito espaço em nosso País, como acompanhamos nas partes supracitadas é possível delinear bem claramente os passos que nos levaram ao patamar em que hoje nos encontramos e, também, sendo muito otimista, prever grandes novas conquistas na próxima década que esta por vir.

Estreitando o ângulo de vista e falando exclusivamente de Juiz de Fora/MG, cidade onde resido e em grande parte onde atuo, é notável a diferença nos últimos dez anos, com empresas evoluindo muito além das perspectivas e gerando concorrência de altíssimo nível dentro do setor de bares para eventos e oferecendo produtos de excelente qualidade para o mercado, sempre com novidades e muito trabalho em cima da qualidade dos produtos ofertados.

Meus objetivos junto a publicação desse trabalho é aprofundar ainda mais meus conhecimentos acerca da coquetelaria e seus pormenores, podendo auxiliar demais pessoas que têm interesse por este assunto de forma bastante objetiva.

9. REFERÊNCIAS

THOMAS, Jerry. *How to Mix Drinks, or the bon-vivant's companion*. U.S.A: 1862. Dick & Fitzgerald Publishers.

<http://www.kingcocktail.com/motac/museum/TheBalance.html> (acesso em 03 de julho de 2018)

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/decreto/d6871.htm (acesso em 24 de maio de 2018)

<http://www.tasteandfly.com.br/agora-no-grupo-vegas-kennedy-nascimento-reformula-a-carta-de-coqueteis-do-riviera/> (acesso em 3 de julho de 2018)

https://munchies.vice.com/en_uk/article/53qp8b/this-legendary-bartender-served-hemingway-and-aided-the-resistance-against-the-nazis (acesso em 02 de julho de 2018)

<https://paladar.estadao.com.br/noticias/restaurante-e-bares,o-bar-do-barman-que-nao-queria-ter-um-bar,70001790157> (acesso em 3 de julho de 2018)

<https://www.nytimes.com/2006/06/21/dining/21cocktail.html> (acesso em 03 de julho de 2018)

<https://www.nytimes.com/2007/10/31/dining/31cock.html> (acesso em 03 de julho de 2018)

<https://www.worlds50bestbars.com/fifty-best-bars-list-2010/> (acesso em 30 de junho de 2018)

AMARANTE, José Osvaldo Albano do. **Os segredos do Gim**. São Paulo: 2016. Mescla Editora.

Revista Rabo de Galo #2. São Paulo: Junho de 2016. Balcão Editora

MEIER, Frank. *The Artistry of Mixing Drinks*. Paris: 1936. Fryam Press

JOHNSON, Harry. *The Bartenders' Manual*. U.S.A: 1934. Charles Graham & Co. Newark, N.J. Made in U.S.A

<https://hbswk.hbs.edu/archive/frederic-tudor-the-ice-king> (acesso em 22 de maio de 2018)

Primeira menção do termo cocktail

No. 18

Vol. V.

The  Balance,
COLUMBIAN AND REPOSITORY.

HAIL SACRED POLITY, BY FREEDOM REARD!
HAIL SACRED FREEDOM, WHEN BY LAW RESTRAIND ! BEATTIE

HUDSON, (NEW-YORK) Tuesday, MAY 6, 1806.

Run! Rum! Rum!

It is conjectured, that the price of this precious liquor will soon rife at Claverack since a certain candidate has placed in his account of Loss and Gain, the following items: ---

Loss.	Gain.
<i>720 rum-grogs</i>	
<i>17 brandy do.</i>	
<i>32 gin-slings</i>	
<i>411 glasses bitters</i>	
<i>25 do. cock-tail</i>	
<i>My Election</i>	NOTHING.

(fonte: reprodução kingcocktail.com)

The  **Balance,**
COLUMBIAN **REPOSITORY.**

HAIL SACRED POLITY, BY FREEDOM REARD!
HAIL SACRED FREEDOM, WHEN BY LAW RESTRAIND ! BEATTIE

HUDSON, (NEW-YORK) Tuesday, MAY 13, 1806.

Communication.

To the Editor of the Balance.

Sir,

I observe in your paper of the 6th instant, in the account of a democratic candidate for a seat in the legislature, marked under the head of Loss, 25 do. cock-tail. Will you be so obliging as to inform me what is meant by this species of refreshment? Though a stranger to you, I believe, from your general character, you will not suppose this request to be impertinent.

I have heard of a forum, of phlegm-cutter and fog driver, of wetting the whistle, of moistening the clay, of a fillip, a spur in the head, quenching a spark in the throat, of flip & c, but never in my life, though have lived a good many years, did I hear of cock tail before. Is it peculiar to a part of this country? Or is it a late invention? Is the name expressive of the effect which the drink has on a particular part of the body? Or does it signify that the democrats who take the potion are turned topsycurvy, and have their heads where their tails should be? I should think the latter to be the real solution; but am unwilling to determine finally until I receive all the information in my power.

At the beginning of the revolution, a physician publicly recommended the moss which grew on a tree as a substitute for tea. He found on experiment, that it had more of a stimulating quality than he approved; and therefore, he afterward as publicly denounced

it. Whatever cock tail is, it may be properly administered only at certain times and to certain constitutions. A few years ago, when the democrats were bawling for Jefferson and Clinton, one of the polls was held in the city of New York at a place where ice cream was sold. Their temperment then was remarkably austere and bilious. Something was necessary to cool them. Now when they are sunk into rigidity, it might be equally necessary, by cock-tail to warm and rouse them.

I hope you will construe nothing that I have said as disrespectful. I read your paper with great pleasure and wish it the most extensive circulation. Whether you answer my inquiry or not, I shall still remain,

Yours,

A SUBSCRIBER

[As I make it a point, never to publish anything (under my editorial head) but which I can explain, I shall not hesitate to gratify the curiosity of my inquisitive correspondent: Cock tail, then in a stimulating liquor, composed of spirits of any kind, sugar, water and bitters it is vulgarly called a bittered sling, and is supposed to be an excellent electioneering potion inasmuch as it renders the heart stout and bold, at the same time that it fuddles the head. It is said also, to be of great use to a democratic candidate: because, a person having swallowed a glass of it, is ready to swallow any thing else.

Edit. Bal.]

Exemplo de *Tiki Mugs*



(fonte: reprodução pinterest.com)