

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

Vitória Nascimento Dantas

A TRAJETÓRIA DA CULTURA CERVEJEIRA E SUA INTRODUÇÃO NO BRASIL

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. Dra. Rogéria Campos Dutra.

Juiz de Fora
2016

DECLARAÇÃO DE AUTORIA PRÓPRIA E

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

Eu, VITÓRIA NASCIMENTO DANTAS, acadêmico do Curso de Graduação Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, regularmente matriculado sob o número 201472175A, declaro que sou autor do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **A TRAJETÓRIA DA CULTURA CERVEJEIRA E SUA INTRODUÇÃO NO BRASIL**, desenvolvido durante o período de 05/08/2016 a 12/12/2016 sob a orientação de ROGÉRIA CAMPOS DUTRA, 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 _____.

Vitória Nascimento Dantas

A TRAJETÓRIA DA CULTURA CERVEJEIRA E SUA INTRODUÇÃO NO BRASIL

Vitória Nascimento Dantas¹

RESUMO

O trabalho visa analisar a trajetória da cerveja na História do Brasil e suas relações de consumo, destacando o fato de esta bebida estar presente em registros de civilizações antigas. Procura também abordar o processo de integração da cerveja ao contexto brasileiro, sua fabricação em escala industrial para então apresentar o recente crescimento de produções artesanais de cerveja no Brasil. As relações de consumo da cerveja no Brasil – o Brasil é o terceiro maior mercado consumidor de cervejas mundial segundo o SEBRAE – são analisadas a partir de “Cultura e Consumo” de Grant McCracken e do conceito de “Hiperconsumo” desenvolvido por Gilles Lipovetsky no texto “A Sociedade Paradoxal: Ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo”.

PALAVRAS-CHAVE: Cerveja. Artesanal. Práticas Alimentares. Consumo

1. INTRODUÇÃO

A paixão pela cerveja é um fenômeno crescente no mundo globalizado. Seja em países tropicais ou não, a bebida está presente em comemorações, bares e restaurantes. Ao que tudo indica, seu consumo se adéqua ao mundo moderno, ao proporcionar experiências gastronômicas e trazer sensação de euforia. Trata-se de uma das cinco bebidas mais consumidas no mundo e terceira mais consumida entre os brasileiros.

Até a Idade Média, a cerveja era produzida por mulheres responsáveis pela produção tanto do pão quanto da bebida. Esta era considerada fonte nutricional e um complemento importante para as refeições diárias, além de ser considerada mais pura do que a água. Era produzida para as classes mais abastadas como forma adicional ao cardápio diário e considerada também como um pão líquido por sua riqueza em vitaminas e minerais. (BELTRAMELLI, 2013, p. 24). Apesar de ser, neste contexto histórico de sua origem, produzida pelas classes mais baixas, na modernidade e na contemporaneidade a cerveja ganha a preferência e se torna indispensável em comemorações de todas as classes sociais.

Diante de mudanças importantes no modo como é produzida, em sua fórmula e no seu consumidor, como a cerveja pôde inserir-se no mercado mundial, especialmente no brasileiro e conquistar o gosto das classes mais requintadas? Para responder a pergunta, duas análises opostas sobre sociedade e consumo serão feitas, inicialmente a de Grant McCracken (2012) resume as relações da sociedade e de uma identidade cultural através das relações de consumo como forma primária de afirmação, alegando uma espécie de “ter para ser”. Em contrapartida, Lipovetsky (2007) diz que o homem contemporâneo não deixa de ser sedento por consumo, porém, o mesmo agora é feito com direção a

¹ Graduanda em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF. Email: vitoriandantas@hotmail.com. Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel. Orientadora. Prof. Dr. Rogéria Campos Dutra.

parâmetros mais pessoais como qualidade de vida, sentido da mesma e outras questões que tomam o lugar do consumo desenfreado e vazio de reflexão.

O presente estudo tem como fim explicitar alguns momentos da trajetória da cerveja, partindo de registros mais antigos que indicam sua descoberta até a sua introdução no mercado brasileiro, o surgimento da indústria cervejeira no país e chegando finalmente à recuperação dos costumes da produção da cerveja artesanal. Também será feita uma análise sobre as causas pelas quais a cerveja conquista cada vez mais o paladar dos consumidores de todas as classes sociais. O trabalho é dividido em três partes: a primeira trata da possível descoberta da cerveja e de seu desenvolvimento na história, a segunda diz respeito à chegada da bebida ao Brasil e sua aceitação e a terceira fala sobre as relações de consumo da cerveja no país.

2. DESENVOLVIMENTO EM TRÊS TEMPOS

2.1. Desenvolvimento histórico

Existe uma relação concreta entre a história do pão e da cerveja, bebida esta desenvolvida a partir de processos de fermentação de alguns cereais. Por conterem os mesmos ingredientes, especula-se que a cerveja tenha sido descoberta por meio de um processo de fermentação não intencional que provavelmente ocorreu há cerca de 30 mil anos atrás.

Alguns registros anteriores à escrita como pinturas rupestres ou símbolos primitivos remetem a uma bebida parecida com a cerveja. Documentos antigos foram encontrados em cidades construídas em 6000 A.C, repletos de símbolos que colocam a cerveja como importante moeda de troca. Quanto ao processo de sua produção, este é mencionado em uma poesia escrita em cuneiforme numa placa de barro datada de 1800 A.C, ressaltando-se o fato de que evidências indicam ser este texto literário muito mais antigo do que a inscrição encontrada. As escavações arqueológicas ocorridas ao longo do século XIX revelaram resquícios de cevada em vasos encontrados no interior de tumbas de faraós o que nos leva a crer que a cerveja pode ter sua origem no Oriente Médio ou no Egito.

Supõe-se que o descobrimento da cerveja se deu um pouco depois do surgimento do pão, os sumérios teriam percebido que a massa do pão, quando molhada, transformava-se em outro produto, uma espécie de pão líquido ou uma forma primária de cerveja. Entretanto, há outras versões sobre a origem da cerveja, como a destacada por Beltramelli (2013, p. 22 e 23) que narra a lenda presente entre os mesopotâmios, de que esta bebida surgiu a partir do esquecimento por parte das mulheres da casa, responsáveis pela alimentação da família, de um recipiente de grãos fora de casa, que encharcados pela chuva, iniciaram o processo de fermentação. O costume teria se consolidado entre as mulheres, que se tornam responsáveis pela fabricação da cerveja. De acordo ainda com Beltramelli (2013, p. 24), a cerveja foi considerada durante muito tempo uma bebida rica por ter em sua composição vitaminas e minerais, por tal fator e por ser feita basicamente com os mesmos ingredientes que se fazia o pão, acaba recebendo o apelido de pão líquido.

Da mesma forma que os babilônios, os egípcios produziam a cerveja desde tempos ancestrais e esta fazia parte da dieta diária dos nobres e dos camponeses. Além de complemento alimentar, a cerveja também servia como medicação para algumas doenças. Sendo uma espécie de comida líquida, ela era muito popular e em decorrência das péssimas condições de higiene na época, era mais seguro tomar a cerveja, por no seu processo de fermentação muitas impurezas serem eliminadas, do que a própria água que, por sua vez, era facilmente contaminada, difícil de purificar e grande propagadora de doenças. Destaca-se ainda nesta sociedade, o cunho religioso do consumo de cerveja, sendo oferecida

aos deuses e aos mortos, bem como seu papel na economia pois que servia como moeda de troca, utilizada como forma de pagamento de serviços. (BELTRAMELLI, 2013)

No primeiro conjunto jurídico que foi reconhecido por volta do século XVIII, o Código de Hammurabi, estão presentes leis que tratavam da cerveja, e de seu consumo. No código estabelecido pelos sumérios ficava ditada a porção diária de cerveja por indivíduo de acordo com a sua classe social - trabalhadores normais ganhavam 2 litros por dia, funcionários públicos 3 litros e administradores ou sacerdotes recebiam 5 litros por dia

– bem como as orientações sobre sua produção. Se alguém cometesse o crime de servir uma cerveja de má qualidade era condenado à morte por afogamento, ou seja, poderia ser aplicada pena de morte ao cervejeiro que fraudasse o seu produto na intenção de ganhar com a sua venda. (ESSLINGER; NARZZIS, 2009).

O processo de fazer uma cerveja era caseiro e feito por mulheres que também eram incumbidas de fazer o pão, era uma opção barata e acessível. A cerveja era servida para toda a família, inclusive no café da manhã, ou desjejum. Os documentos e textos sumérios também mostram a existência de locais de encontro chamados de tabernas que serviam em sua maioria para divertimento masculino, porém, eram geridas por mulheres.

Na Idade Média o costume de mulheres produzirem a cerveja em casa se manteve, as cervejeiras eram muito respeitadas por serem pessoas especiais e terem o dom de produzir cerveja e pão, os utensílios utilizados para fazer a cerveja faziam parte até mesmo do enxoval das noivas em razão da atividade ser considerada feminina. Apesar de ser de costume a produção feminina da cerveja, foi nos mosteiros que a mesma conseguiu ter um grande avanço em sua produção, sofrendo melhorias técnicas além de ser vendida em tabernas dentro dos próprios mosteiros. Para os monges a cerveja era de suma importância alimentar em seus dias de jejum determinados pela religião. Nos dias de hoje ainda existem monges que são autorizados e fabricam cerveja. O produto produzido por monges da Ordem Trapista, por exemplo, é conhecido como cerveja trapista, não por seu estilo, mas por ser desta Ordem. Somente onze mosteiros são autorizados a marcar suas cervejas com o selo da Ordem. A proposta desta seria filantrópica, todo o dinheiro que não for utilizado para a melhoria dos mosteiros deve ser doado à instituições de caridade.(MORADO, 2009).

Entre os povos bárbaros que ocuparam a Europa durante o Império Romano, os de origem germânica se destacaram também na arte da fabricação da cerveja. Na Idade Média, no século XIII, os cervejeiros de origem germânica foram os primeiros a incrementar a cerveja com o lúpulo, o que conferiu à bebida as características básicas da bebida atual que conta com malte, lúpulo, água e fermento. Em 23 de abril de 1516 foi promulgada uma lei pelo duque Guilherme IV da Baviera, a Lei da Pureza. A Lei da Pureza da cerveja instituiu que a cerveja deveria ser fabricada apenas com água, malte, cevada e lúpulo e constitui um dos mais antigos decretos alimentares na Europa. Segundo Beltramelli (2002, p. 82) esta teria sido assinada devido aos distúrbios fisiológicos provocados pelo seu consumo como resultado da utilização de péssimos ingredientes que eram acrescentados ao processo da fabricação de cerveja no intuito de deixá-la mais barata. Porém, de acordo com a APCV (Associação Portuguesa dos Produtores de Cerveja) a lei teria sido promulgada por pressão das guildas bávaras que defendendo seus interesses, pediam por uma lei que exigisse uma boa qualidade para a cerveja.

A matéria-prima utilizada na fabricação da cerveja na Alemanha era composta por lúpulo, cevada, água e levedo. O lúpulo era utilizado inicialmente para quebrar o gosto da cevada que é muito forte e marcante. A cevada seria bem parecida com o trigo, é a principal fonte de amido da cerveja. A água é um fator muito importante na produção da cerveja e sua qualidade seria essencial para obter uma boa

cerveja no fim do processo e por último o levedo é um fungo que faz parte do processo de fermentação da cerveja, ele é o responsável por consumir o açúcar e produzir álcool e gás carbônico.

No Oriente, mais especificamente na China, há cerca de 5.400 anos atrás, foram desenvolvidas várias técnicas para a produção de bebidas similares à cerveja a partir de grãos de cereais. A análise dos vestígios amarelos da cerveja encontrados por arqueólogos mostra que a bebida era produzida com base em cevada, painço, tubérculos e chocalheira. Porém, o desenvolvimento da cerveja até a fórmula que é conhecida hoje se deve mais aos mesopotâmios e egípcios.

Não há como afirmar o que surge primeiro, a cerveja ou o vinho, isso porque os registros históricos se baseiam em achados arqueológicos e não na escrita como é tida hoje. Uma das principais razões da popularidade de ambos, seria a capacidade inebriante do álcool promovendo diferentes efeitos no corpo humano como euforia ou embriaguez. A cerveja porém, se tornou mais acessível em alguns países pela maior facilidade em produzir cereais do que produzir frutas ou mel. O vinho é mais dependente da região em que é produzido do que a cerveja, o que explica o maior acesso ao vinho pela nobreza nos países ao norte da Europa. Ao longo do mar Mediterrâneo, nos países do sul da Europa, o vinho era a bebida predominante em todas as classes, em contraposto, nos países do norte, o vinho era levado por monges ou comerciantes e era considerado artigo de luxo, só era consumido por nobres e burgueses e por isso naquela região a cerveja tornou-se mais popular.

Além da disponibilidade de oferta da cerveja, o teor alcoólico da mesma era muito menor do que em qualquer outra bebida alcoólica o que a tornava mais palatável e acessível à mesa familiar ou ao seu consumo aterra fosse grande influenciadora no mercado brasileiro.

“Caberia lembrar a grande influência comercial (e conseqüentemente cultural) da Inglaterra, na época, sobre Portugal, bem como que no início do século XIX a Inglaterra era, de longe, a maior produtora de cerveja da Europa.” (PAULA, 2003, p. 12).

Após a chegada da família real em 1808, uma grande quantidade de comerciantes estrangeiros, em grande parte ingleses, instalou-se no Brasil trazendo da Europa, entre outros produtos, a cerveja. Em tal aspecto é inegável que a cerveja inglesa dominou o mercado brasileiro durante muito tempo, assim, de acordo com Sérgio de Paula (2003, p. 12) os ingleses tinham um gosto refinado e preferências muito tradicionais, por isso e pela influência exercida pela colonização inglesa no país, é extremamente compreensível que a cerveja tenha se tornado dominante no mercado aqui presente.

O primeiro documento conhecido sobre a cerveja brasileira é um anúncio que saiu no Jornal do Comércio do Rio de Janeiro em 27 de Outubro de 1836 no qual se oferecia cerveja brasileira. Até cerca de 1850 poucas cervejarias brasileiras já tinham se estabelecido e eram conhecidas, todas de fabricação artesanal, se situavam entre Rio de Janeiro, São Paulo e Rio Grande do Sul, área de grande imigração alemã. Nossas cervejarias, de cunho artesanal, tinham um controle bem precário de fermentação e conseqüentemente obtinham sempre pressões diferentes, as rolhas das garrafas eram presas nas mesmas por barbantes. Refreshante e de teor alcoólico baixo, a cerveja torna-se popular entre os brasileiros. Por ser necessário importar lúpulo e cevada para a produção da cerveja, o abastecimento de tais produtos era difícil e bem problemático, tal fator fez com que a cevada e o lúpulo fossem substituídos por outros cereais como arroz, milho, trigo ou outros fazendo com que a qualidade da cerveja caísse ainda mais.

Até os anos de 1870 houve um aumento significativo na produção de cerveja brasileira e a maioria das fábricas cervejeiras se concentrava no Rio de Janeiro, São Paulo e nas regiões do Sul que tinham maior número de colonizadores alemães. O crescimento no mercado cervejeiro se mantém até a

Primeira Guerra Mundial, período de grande turbulência para a maioria das nações e que faz com que o Brasil não possa mais importar cevada e lúpulo provindos da Áustria e da Alemanha.

A primeira indústria cervejeira brasileira surge nos anos de 1870 e 1880 e é fundada por Friederich Christoffel em Porto Alegre, e em 1878 chega a produzir até um milhão de garrafas. Apesar da grande produção, a cerveja no Brasil ainda tinha problemas técnicos sérios de fermentação além da dificuldade para a importação de matéria-prima, fator que leva as cervejarias a recorrerem a outros cereais, como já dito anteriormente.

No fim do século XIX os imigrantes italianos e alemães produziam sua cerveja em casa e vendiam em suas “vendas-cervejarias” como uma forma adicional de ganhar dinheiro até mesmo como um ‘hobby’. A produção artesanal não permitia que houvesse um transporte da cerveja de uma cidade à outra, inicialmente pelas condições das estradas que eram muito ruins na época e também pelo fato de que a cerveja não duraria muito tempo viajando.

Surge como alternativa a utilização de gelo natural para controlar a temperatura e conseqüentemente o processo de fermentação, mas somente em 1880 chegam as primeiras máquinas frigoríficas no Brasil, mais especificamente no Rio de Janeiro. Com a chegada das máquinas para refrigerar o ambiente houve um grande avanço na cerveja brasileira, foi possível controlar o processo de fermentação e a temperatura deixando a cerveja uniforme e criando também um padrão.

O domínio da cerveja inglesa dura até os anos 1870 quando cai significativamente em decorrência de seu preço, tal acontecimento se deve à concorrência que surge com a cerveja que já era produzida no Brasil que, apesar de ter qualidade inferior, tinha também um preço mais baixo. No fim do século a importação tem uma guinada, não da mesma forma que ocorreu nos anos de 1870, porém a preferência passa a ser da cerveja alemã que era importada em caixas e garrafas ao contrário da cerveja inglesa que era importada em barris. A cerveja alemã já vinha ganhando espaço e popularidade desde meados do século XIX devido à sua variedade e melhor apresentação.

A imigração alemã no Brasil se trata inicialmente de povoamento e colonização. A colonização se concentrou mais no Sul do país por haver grande número de regiões despovoadas e pelo fato de que as fronteiras com as colônias espanholas ainda não estavam bem demarcadas. Os alemães não chegaram ao Brasil em grandes contingentes, porém, a imigração foi feita em um longo período de tempo, entre 1824 e 1969, chegou a ser o maior grupo de imigrantes entrando no Brasil, maior até mesmo do que o número de portugueses. Por este motivo, na segunda metade do século XIX, a cerveja alemã ganhou muito espaço pelo país, que apesar de ter maior concentração de imigrantes alemães no Sul, também tinha grande quantidade no Rio de Janeiro, São Paulo, Espírito Santo e restante de seu território.

Com a tecnologia recém-chegada no Brasil de refrigeração, em 1880 são fundadas duas grandes fábricas que atualmente dominam o mercado cervejeiro do país, a *Brahma*, fundada no Rio de Janeiro, e a *Antarctica*, fundada em São Paulo. Apesar do crescimento da importação de cervejas alemãs no final do século XIX, com o crescimento e sucesso da cerveja brasileira no mercado, no início do século XX a importação de cervejas internacionais praticamente acaba.

O alemão Louis Bucher chega ao Brasil em 1868 e abre a sua própria cervejaria, na qual utiliza milho, arroz e outros cereais para a produção ao invés de cevada. Em 1882 o alemão associa-se a Joaquim Salles, proprietário de um abatedouro de suínos, localizado no bairro da água Branca, que tinha o nome de “*Antarctica*”. O dono do abatedouro procura pela sociedade por ter em sua propriedade uma máquina de fazer gelo com capacidade ociosa, com isso, sabendo que seria de grande serventia ele se

associa à Bucher. Assim, em 1888 criou-se a primeira fábrica de cerveja brasileira que tinha tecnologia apropriada para produzir cerveja de baixa fermentação, a “*Antarctica Paulista – Fábrica de Gelo e Cervejaria*”.

Em 12 de fevereiro de 1891 a fábrica passa a chamar-se Companhia Antarctica Paulista, deixa de ser uma sociedade de duas pessoas e passa a ser uma sociedade anônima com 61 acionistas. Entre os novos acionistas da empresa estavam grandes importadores, exportadores e corretores de café e os mesmos desempenharam um papel importantíssimo na modernização da empresa trazendo maquinário importado da Alemanha e colocando à disposição da nova sociedade um alto valor monetário provindo de seus próprios bolsos. Em 1893 a moeda brasileira é muito desvalorizada e a empresa fica em situação precária, é quando Zerrenner e Von Bulow, proprietários da empresa Zerrenner, assumem o controle da empresa. (SERGIO DE PAULA, 2003)

Os problemas financeiros da empresa não duram muito tempo e em 1899 já empregava trezentos funcionários, produzia cinquenta hl anuais de cerveja e cinquenta toneladas de gelo por dia. Seis anos depois a Antarctica compra uma de suas maiores concorrentes em São Paulo, a Cervejaria Bavária, e estabelece ainda um acordo com a maior cervejaria carioca da época, a Companhia Cervejaria Brahma para regular os preços da cerveja no mercado nacional. Segundo Sérgio de Paula Santos este foi o primeiro cartel da cerveja no país, e não seria o último.

De idade tão longa quanto a Antarctica, a Brahma surge no final do século XIX. Joseph Villiger, imigrante suíço, chega ao Rio de Janeiro e não ficando satisfeito com a cerveja que tomou em terras brasileiras decide fazer a sua própria bebida. Em 1888 o suíço resolve industrializar a sua cerveja e assim funda a Manufatura de Cerveja Brahma. Em 1894 a fábrica é comprada por Georg Maschke e é ampliada e modernizada. A produção de refrigerantes começa em 1918, mas o produto que realmente faz sucesso é a Brahma Chopp, lançado em 1934, era o chope engarrafado da companhia e se torna sucesso, estimulado pelo carnaval daquele ano quando uma marchinha chamada *Chopp em Garrafa* foi gravada.

A partir de 1930 a Antarctica e a Brahma eliminam quase todos os concorrentes, e não só os brasileiros, a importação das cervejas estrangeiras também cai consideravelmente graças à pressões e influência das duas empresas sobre as autoridades responsáveis pela política alfandegária. As companhias Brahma e Antarctica passam a ser donas do mercado cervejeiro brasileiro, ambas as empresas compram outras fábricas cervejeiras que já tinham uma clientela conquistada como a Bohemia, a Companhia Adriática, Skol e começam também a fabricar refrigerantes como o Guaraná Antarctica e a Pepsi. Em 2 de julho de 1999 é anunciada a fusão das duas empresas dando início à Ambev, primeira multinacional brasileira, torna-se a segunda maior produtora mundial de cerveja, atrás apenas da Anheuser Bush, americana. (SERGIO DE PAULA, 2003. p. 10)

Apesar da popularidade e preferência no mercado em território nacional, a cerveja industrializada, por ser feita em grande escala, não utiliza a cevada em sua fórmula e sim outros grãos, como já dito anteriormente, milho, trigo, arroz, entre outros, e também são utilizados aditivos químicos como corantes, conservantes e estabilizantes. A utilização de outros grãos faz com que a qualidade da cerveja caia significativamente, além de fazer com que o preço da bebida também fique menor, justificando parte da preferência da população. Entretanto, em meados dos anos 70 alguns cervejeiros da costa oeste dos Estados Unidos, em busca de retomar os estilos tradicionais de cerveja, iniciam um movimento de resgate dos costumes com o propósito de primar pela qualidade do produto e não pelo volume distribuído. (OLIVER, 2012. p.414)

A cerveja artesanal é um produto que dá preferência ao teor gastronômico em contraposição aos produtos massificados e que necessitam do gosto popular. A busca da retomada do estilo de fabricação tradicional chega também ao Brasil na década de 1990 e vem conquistando o mercado aos poucos, além de serem utilizados ingredientes de melhor qualidade, o processo de fabricação é meticuloso. As receitas são elaboradas e o processo, diferente do que acontece nas corporações cervejeiras em que os funcionários muitas vezes são indiferentes ao processo que está sendo feito por estarem produzindo receitas que são praticamente imutáveis, é controlado do começo ao fim pelo mestre cervejeiro(a) que altera e adapta o que for necessário e ousa na criatividade fazendo surgir estilos completamente diferenciados.

A cerveja artesanal, ou também chamada de cerveja especial, tem perfil sensorial muito mais complexo se comparada às cervejas produzidas em escala industrial. Ela oferece sabor diferenciado e consegue ao mesmo tempo dispensar o consumo exagerado do produto. Esse ramo de cervejaria conquista cada vez mais adeptos que estão dispostos a pagar mais por um produto melhor e que também estão em busca de uma qualidade de vida melhor em decorrência da menor ingestão de bebidas alcoólicas, por não ser necessário o consumo em quantidades elevadas (BELTRAMELLI, 2012, p.193).

Ao mesmo tempo em que as novas cervejarias artesanais apareceram no cenário brasileiro, as cervejas especiais importadas também ganharam cada vez mais espaço nos supermercados e na maioria dos empórios de artigos finos. Normalmente além de ter o preço alto devido à sua fabricação ser de cunho artesanal, são mais caras que as cervejas especiais nacionais pois tem adicionados à seu preço os impostos e demais gastos de importação.

2.3. Relação entre cultura e consumo no ramo cervejeiro

Como o movimento das cervejarias artesanais no Brasil está em fase de crescimento constante, ele, juntamente à importação de cervejas especiais, vem conquistando um tipo de consumidor específico. O consumidor em questão não considera a cerveja somente como produto, é comum que seja feita a utilização do termo “cultura cervejeira” remetendo à cerveja e ao sentido que é expresso por ela. Tal termo se refere tanto ao processo de produção quanto ao processo de degustação da cerveja.

As cervejas industrializadas brasileiras, da mesma forma que ocorreu o mercado cervejeiro americano nos anos 70 (OLIVER, 2012, p.414), conquistam os consumidores pelo seu rótulo, garrafa ou lata, o gosto de diferentes marcas é quase o mesmo e torna-se difícil distingui-las entre si. Em contraponto, a cerveja artesanal surge com sabores diferentes, receitas novas que contém frutas, ervas e quantidades variadas de ingredientes em sua composição. Esta diferença conquista um mercado com gostos específicos e que busca uma experiência mais complexa além de um efeito entorpecente.

Da mesma forma que as pessoas se interessam por comprar novos produtos e rótulos, buscam também mais conhecimento sobre o que consomem. Com isso, os consumidores e até mesmo produtores de cerveja artesanal se reúnem em grupos criados através de redes sociais, em bares ou em confrarias. Muitos consumidores acreditam que ao degustar uma cerveja artesanal eles se aproximam do *status* de distinção que é obtido quando se degusta um vinho. Tal *status* abre mercado para cursos incontáveis de ‘*sommeliers*’ de cerveja e para harmonização entre cervejas e comidas, por exemplo, fazendo com que o ramo se torne mais requisitado.(BELTRAMELLI, 2012. p. 197)

Segundo MCCRACKEN (2012) os bens de consumo tem grande relevância em nossa sociedade, ao mesmo tempo em que possuem definições estereotipadas, também servem para acabar com estereótipos. Os bens materiais estão cheios de significados e seriam utilizados para definir a

personalidade de quem os usa. Para o autor todos somos dependentes dos simbolismos gerados pelo mundo material, este serve para que as pessoas tornem a sua cultura concreta.

Grant McCracken mostra que o consumo é, acima de tudo, uma cultura, e que os bens materiais são uma forma que surge para que esta se torne concreta e pública. De acordo com o antropólogo, a cultura material ajudaria algumas ideias de sociabilidade e pertencimento a se encaixarem na sociedade. O autor diz ainda que os bens são um instrumento importante pelo qual os consumidores capturam e experimentam os significados que constroem sua vida. O pesquisador dá, também, grande importância à propaganda e ao papel que ela exerce ao transferir significados culturais aos bens de consumo. Em paralelo, na indústria cervejeira, a publicidade é quem confere às grandes marcas a imagem de popularidade e faz uso de ambientes atrativos usando da objetificação da mulher para atrair um público masculino predominante. Dessa forma, a propaganda tem papel importante no consumo por se tratar do meio que confere significado aos produtos.

A visão do autor mostra-se inapropriada para definir a ligação entre cultura e consumismo, no sentido de que seria superficial resumir as relações da sociedade e de identidade cultural através das relações de consumo como forma primária de afirmação. Embora a sociedade esteja diretamente ligada à suas relações de consumo, essa visão torna-se um mecanismo ideológico de “ter para ser” que, analisando a fundo, reafirma a sociedade de consumo que se aprofunda a partir da globalização.

Em contraponto surge a teoria de LIPOVETSKY (2007), o autor refere-se ao termo “sociedade de consumo” como ultrapassado para definir os dias atuais. Sociedade de consumo é, para o escritor, uma definição que serve para uma época passada em que o consumo em questão era estritamente materialista e o dinheiro tinha um significado supervalorizado. Diferente de Grant McCracken que está restrita ao “ter para ser”, já analisado anteriormente, Lipovetsky diz que o homem não deixou de ser sedento por consumo, porém, agora o mesmo é feito direcionado a critérios mais íntimos como preocupações referentes ao significado da vida, expressão da individualidade, qualidade de vida e outros fatores que tomam lugar do consumo desenfreado e vazio de reflexão.

O filósofo trata o consumo do qual a sociedade atual possui como “consumo distração”, diz que é resultado dos grandes magazines e que cria uma atmosfera propícia à sedução pela compra. Por volta de 1950 seria a fase do “aqui e agora”, ou seja, felicidade momentânea gerada pelo consumismo desenfreado onde, muitos produtos entram no mercado e outros saem em mesma proporção. Após a fase do consumo desenfreado e sem significado, na sociedade atual, vivemos na fase do “Hiperconsumo”. Este relaciona-se a uma fase experiencial e sensitiva do indivíduo, mostrar ao outro a sua própria cultura e seus artefatos não seria mais o objetivo principal dos consumidores contemporâneos, e sim ter satisfação corporal e emocional, o que significa que o consumo não deixa visível a essência do indivíduo pelo custo do produto adquirido e sim pelas escolhas. Antes de impressionar alguém pelo que se consome, objetiva-se proporcionar-se experiências satisfatórias.

Lipovetsky ressalta que este consumidor contemporâneo não se restringe às experiências pessoais, mas também se preocupa com outros fatores como o meio ambiente, consumo consciente, uma vida mais saudável, solidariedade, entre outros. Contudo, não deixa de qualificar este momento como hedonista, que se preocupa menos com o que as pessoas pensam e mais consigo mesmo e tem o prazer como o bem máximo de uma vida, destacando a “experiência pela experiência”.

Podemos compreender o consumo de cervejas “não comuns”, que atualmente é uma tendência, a partir desta perspectiva. O consumidor da cerveja artesanal é um consumidor que busca uma experiência gastronômica ao consumir a bebida, muito mais preocupado com sua saúde e com o

corpo, encontra na cerveja artesanal uma bebida que provoca prazer e que não há necessidade de ser consumida em quantidades exageradas.(BELTRAMELLI, 2012. p. 193)

Diferente da cerveja industrializada que conquista pelo rótulo e que é de difícil diferenciação entre grandes marcas, o consumidor da cerveja artesanal é encantado não só pela inovação ou variedade, mas também pela experiência que vive ao consumir a bebida.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração do presente estudo foi realizada a partir de análises de referências teóricas, mas, sobretudo, deu-se pela oportunidade de vivenciar o processo de produção e o consumo da cerveja artesanal da *Cervejaria Black Buddhas*. Através do trabalho de marketing realizado para a cervejaria por meio de redes sociais houve um despertar de interesse em conhecer a trajetória da cerveja, como a sua chegada ao mercado brasileiro aconteceu e de entender o consumidor da bebida através de teorias sobre sociedade e consumo.

A partir da análise teórica realizada houve o esclarecimento de alguns fatores, utilizando como exemplo o surgimento da cerveja ter se dado há quase 10.000 anos atrás e o fato de que as mulheres eram responsáveis por sua produção nos primórdios. Foi possível também a compreensão da influência da Ordem Trapista na evolução na fórmula e na própria popularização da bebida, além da descoberta de que existem monges que realizam a produção de cerveja até os dias atuais.

Quanto à chegada da cerveja no Brasil, o referencial teórico foi muito esclarecedor ao dizer que a colonização holandesa trouxe a bebida para o país, em contraponto ao censo comum que diz que a colonização alemã foi quem trouxe a cerveja, além de supor que foi na Alemanha também que foi criada.

O consumo de cerveja artesanal está orientado por valores e preferências que se afinam à noção de “hiperconsumo”, na medida em que se enfatizam as experiências e sensações individuais trazendo bem estar corporal e espiritual. O consumidor da cerveja artesanal não estaria buscando meramente uma bebida que tenha efeito entorpecente, e sim uma experiência gastronômica e uma sensação única, e ainda pode partilhar de um grupo restrito que o diferencia dos demais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APCV. **Associação Portuguesa dos Produtores de Cerveja**. 2012 BELTRAMELLI, Mauricio. **Cervejas, brejas e birras**. 2.ed. São Paulo: Leya, 2014. CASCUDO, Luís da Camara. **Prelúdio da cachaça**. São Paulo: Global, 1962.

ESSLINGER, H.M.; NARZISS, L. **Beer**. In. Ullmann's encyclopedia of industrial chemistry. Freiberg; Sachsen, 2009.

JUNIOR, A. Almeida. **O alcoolismo no Brasil Colônia**. In. Revista da Faculdade de Direito de São Paulo 30.2 (1934): 217-245.

LIPOVETSKY, Gilles. **A sociedade paradoxal: Ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo**. Lisboa: Edições 70, 2007.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo II**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012. MORADO, Ronaldo. **Larousse da Cerveja**. São Paulo: Larousse, 2009.

OLIVER, Garret. **A mesa do Mestre- Cervejeiro**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012.

SANTOS, Sergio de Paula. **Os Primórdios da Cerveja no Brasil**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.