

CERVEJA, A MAIS POPULAR BEBIDA BRASILEIRA

Formação da Cultura Cervejeira Nacional





CERVEJA, A MAIS POPULAR BEBIDA BRASILEIRA

Formação da Cultura Cervejeira Nacional

Eduardo Marcusso
Silvia Limberger
Sérgio Barra



Copyright © 2024 Eduardo Marcusso, Sílvia Limberger, Sérgio Barra

Editores: José Roberto Marinho e Victor Pereira Marinho

Projeto gráfico e Diagramação: Horizon Soluções Editoriais

Capa: Horizon Soluções Editoriais

Imagem de capa: Adobe Stock Photo

Texto em conformidade com as novas regras ortográficas do Acordo da Língua Portuguesa.

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Marcusso, Eduardo

Cerveja, a mais popular bebida brasileira: formação da cultura
cervejeira nacional. / Eduardo Marcusso, Sílvia Limberger, Sérgio Barra
- São Paulo: LF Editorial, 2024.

Bibliografia.

ISBN: 978-65-5563-492-1

1. Cerveja - Guias, manuais etc. 2. Cerveja - História - Brasil 3. Cerveja
- Indústria - Brasil 4. Cerveja - Preparação I. Limberger, Sílvia. II. Barra,
Sérgio. III. Título.

24-225828

CDD: -641.23

Índices para catálogo sistemático:

1. Cervejas: Bebidas: Guias 641.23

Aline Grazielle Benitez – Bibliotecária – CRB-1/3129

ISBN: 978-65-5563-492-1

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta obra poderá ser reproduzida sejam
quais forem os meios empregados sem a permissão dos autores. Aos infratores aplicam-se
as sanções previstas nos artigos 102, 104, 106 e 107 da Lei n. 9.610, de 19 de fevereiro de 1998.

Impresso no Brasil | *Printed in Brazil*



LF Editorial

Fone: (11) 2648-6666 / Loja (IFUSP)

Fone: (11) 3936-3413 / Editora

www.livrariadafisica.com.br | www.lfeditorial.com.br

CONSELHO EDITORIAL

Amílcar Pinto Martins

Universidade Aberta de Portugal

Arthur Belford Powell

Rutgers University, Newark, USA

Carlos Aldemir Farias da Silva

Universidade Federal do Pará

Emmánuel Lizcano Fernandes

UNED, Madri

Iran Abreu Mendes

Universidade Federal do Pará

José D'Assunção Barros

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Luis Radford

Universidade Laurentienne, Canadá

Manoel de Campos Almeida

Pontifícia Universidade Católica do Paraná

Maria Aparecida Viggiani Bicudo

Universidade Estadual Paulista - UNESP/Rio Claro

Maria da Conceição Xavier de Almeida

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Maria do Socorro de Sousa

Universidade Federal do Ceará

Maria Luisa Oliveras

Universidade de Granada, Espanha

Maria Marly de Oliveira

Universidade Federal Rural de Pernambuco

Raquel Gonçalves-Maia

Universidade de Lisboa

Teresa Vergani

Universidade Aberta de Portugal



SUMÁRIO

Introdução | 9

Capítulo 1: A Trajetória Ética Brasileira: entre cauins, cachaças e cervejas | 21

- 1.1 A Bebida Alcoólica e a humanidade em suas formas de fármaco, sagrado e prazer! | 21
- 1.2 A formação do povo brasileiro e sua aptidão ética | 26
- 1.3 Os cauins e cauinagens indígenas | 30
- 1.4 A cachaça com alma africana | 35
- 1.5 A cerveja europeia e brasileira | 40

Capítulo 2: A produção de cerveja no Brasil durante o século XIX | 49

- 2.1 D. João Cervejeiro | 49
- 2.2 A produção se dissemina | 57

Capítulo 3: A produção de cerveja no Brasil no século XX e princípios do século XXI | 81

- 3.1 A formação da cervejaria industrial | 81
- 3.2 A expansão das empresas Brahma e Antarctica | 85
- 3.3 A reestruturação produtiva dos oligopólios nacionais | 91
- 3.4 O surgimento da microcervejaria e as cervejas especiais | 97
- 3.5 A internacionalização e a atuação dos grandes grupos | 103
- 3.6 Dinâmica do mercado consumidor | 109

Capítulo 4: A construção da nossa cultura cervejeira: lazer, música e boemia | 115

- 4.1 Os Biergärten Tropicais | 115
- 4.2. Cerveja, esporte e lazer | 122
- 4.3 Cerveja, música e boemia | 129

Considerações finais | 143

Sobre os Autores | 147



INTRODUÇÃO

“Bora tomar uma?” Essa frase típica do cotidiano brasileiro traz algumas reflexões sobre nossa cultura cervejeira. Essa forma de convite informal e abreviado das palavras e significados mostra muito mais. O “Bora” é um resultado da dinâmica da linguagem em substituição de “vamos embora”, porém nessa frase é mais um chamado para outro lugar do que um pedido de saída. Esse outro lugar provavelmente é um bar, local de diversas interações.

E “uma” todos sabemos que não se refere a uma cerveja, mas uma boa quantidade delas. Ou seja, “bora toma uma” é uma expressão da cultura cervejeira brasileira que mostra toda sua adaptabilidade e flexibilidade da própria cultura nacional e a vontade de unir pessoas, histórias e sentimentos em torno de uma mesa de bar rodeado de boas cervejas.

A cerveja é a bebida mais popular hoje do Brasil, com consumo de mais de 65 litros por pessoa/ano e uma produção anual na casa de 15 bilhões de litros, sendo o terceiro maior produtor e consumidor do mundo e a bebida alcóolica mais consumida pelo povo brasileiro. Essa afirmação sobre a popularidade pode ser polêmica visto que a cachaça é a bebida genuinamente brasileira, contando até com normas para proteger essa denominação. Mas como a cerveja veio a se tornar a bebida preferida dos brasileiros,

superando a própria cachaça, o vinho (importado de Portugal em grandes quantidades desde o período colonial) e outras bebidas fermentadas à base de frutas, açúcar, milho ou farinha de mandioca muito populares até o século XIX como o aluá, o jacubá, o xibê e a jinjibirra (esta última, uma bebida originária do Caribe, produzida com gengibre é muito semelhante à cerveja). O objetivo deste livro é expor como ocorreu esse processo.

Não há dúvidas de que a cerveja é um importante traço cultural de diversas sociedades onde a sua produção e consumo estão disseminados há mais ou menos tempo. Os hábitos alimentares de um povo são a expressão da formação socioespacial dos lugares e de sua cultura enquanto elemento que contribui para a construção de uma identidade coletiva. A cerveja, enquanto parte dos hábitos alimentares de um povo, é também parte da sua cultura. Dessa forma, a cerveja pode ser considerada cultura a partir do momento em que atua como elemento de conexão entre as pessoas, criando comportamentos e hábitos passados de geração a geração, construindo heranças e identidades. Por isso, se pode dizer que além de ser parte da cultura brasileira, a cerveja também *gera* cultura: uma *cultura cervejeira*.

Uma cultura cervejeira vai além do conhecimento sobre estilos de cerveja ou sobre as suas técnicas produtivas e degustativas. A partir de um ponto de vista antropológico, ela pode ser entendida como a relação estabelecida entre os produtores / consumidores e a bebida em um determinado contexto histórico e geopolítico. Dessa forma, a cultura cervejeira belga é diferente da cultura cervejeira alemã. Assim como a cultura cervejeira norte-americana de meados do século XIX era diferente da cultura cervejeira norte-americana de meados do século XX, pós Lei Seca (1920-1933).

E o que caracteriza hoje a cultura cervejeira brasileira? Um país onde a produção e o consumo de cerveja estão disseminados entre a população há muito menos tempo do que na Alemanha ou na Bélgica. Algumas características da cultura cervejeira brasileira que saltam aos olhos são, por exemplo, as suas ocasiões de consumo (uma bebida para momentos de lazer, diversão e confraternização), ou a sua forma de consumo (sempre bebida em grandes quantidades a cada sessão), que determina os estilos preferidos dos consumidores (cervejas leves, claras, pouco alcólicas e pouco amargas). Para compreender como se formou essa cultura cervejeira é preciso investigar como se estabeleceu a sua presença nesta comunidade ao longo do tempo.

Dessa forma, para demonstrarmos porque a cerveja tornou-se a bebida mais popular do Brasil precisamos expor seu processo histórico de desenvolvimento enquanto produção do território nacional e suas relações com o comércio exterior via importações da bebida. No Brasil, se misturam hábitos de consumo alimentares diferentes com base nos costumes de populações originárias, que produziam seu próprio alimento na abundância da natureza, e das migrações europeias (principalmente), que se instalaram no país desde o seu descobrimento, trazendo hábitos de consumo de seus países de origem e que aqui iniciaram uma produção de cerveja para o consumo próprio e para o mercado local.

Neste livro investiga-se sobre a origem da produção de cerveja no país, destacando as primeiras fábricas e suas influências e o regionalismo presente na dinâmica do processo de industrialização brasileira. O desenvolvimento tecnológico revolucionou a produção de cerveja e deu condições para que ela fosse distribuída para além do mercado local e regional. Nesse processo de passagem da produção artesanal para a produção industrial, poucas empresas mantiveram-se no mercado ocasionando mudanças profundas na formação socioespacial dos lugares.

Os hábitos de consumir cerveja em casa ou nos estabelecimentos comerciais foi se expandindo, assim como foram se formando grandes empresas nacionais com capacidade para atuar em todas as regiões do país, as quais estabelecem suas marcas e os tipos de produtos em uma produção de escala com uma ampla rede de distribuição capaz de chegar a todos os cantos do país, homogeneizando e padronizando os hábitos de consumo da população. Somente no século XXI começa-se a variar de forma mais dinâmica o portfólio de produtos disponível ao consumidor brasileiro, com o surgimento das microcervejarias fabricantes das cervejas especiais e a entrada das empresas multinacionais por meio da aquisição de empresas nacionais e da otimização do sistema de transportes para distribuir seus produtos de marcas globais. No setor cervejeiro, que faz parte da indústria de alimentos, as relações entre produção e consumo ainda são bastante influenciadas por fatores subjetivos relacionados à cultura, os quais são estabelecidos por mudanças sociais que se cristalizam no espaço geográfico de forma lenta e gradual. Ao passo que quando há alterações na distribuição de renda (salários) as mudanças no consumo podem ser observadas rapida-

mente e podem representar um rápido aumento no consumo.

Como podemos verificar no gráfico a seguir, o hábito de consumir cerveja atingiu patamares altíssimos e como a produção é majoritariamente para o consumo interno foi necessário a criação de uma rede de distribuição capaz de abastecer 98% dos lares nacionais, a partir de uma frota de mais de 50 mil caminhões e 300 centros de distribuição espalhados por todo o país. O número de cervejarias foi multiplicado por mais de 46 vezes nos últimos 24 anos, passando de 40 cervejarias, em 2000, para mais de 1847 cervejarias, em 2023¹, gerando quase 2 milhões de empregos diretos e indiretos e 2% do PIB nacional. As cervejarias no Brasil estão localizadas em todas as regiões brasileiras, mas principalmente situadas no Sul e Sudeste, produzindo diversos tipos de cerveja em pequenas, médias e grandes empresas que competem no mercado nacional dinâmico e heterogêneo.

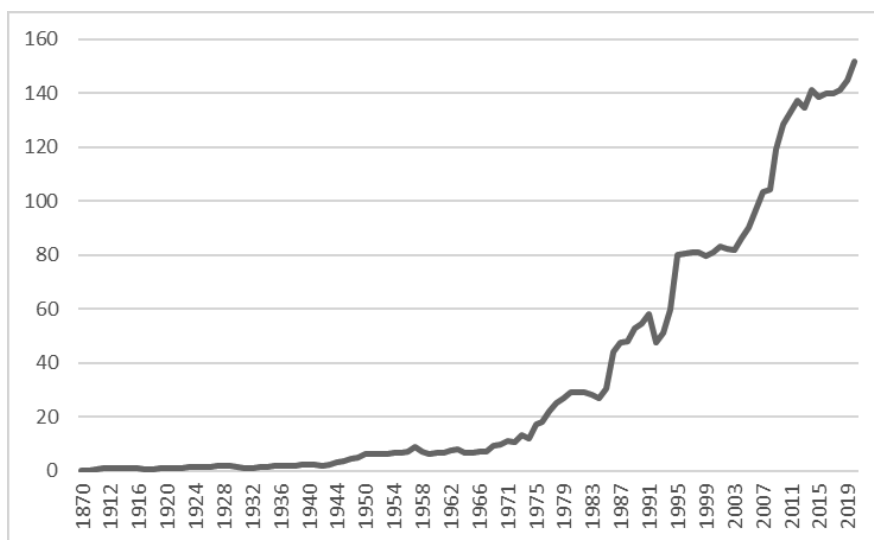


Gráfico 1 – 150 anos de produção de cerveja no Brasil em milhões de hectolitros (1870-2020). Fonte: MARCUSSO, 2021

Assim, é nítido que a produção de cerveja no Brasil é algo importantíssimo para ser estudado, seja por seus aspectos econômicos, políticos, sociais e culturais. Existem poucos livros sobre a cerveja no Brasil que bus-

1 BRASIL. *Anuário da Cerveja 2023*. Ministério da Agricultura e Pecuária - MAPA, Brasília-DF, 2024.

cam essa abordagem mais ampla sobre a atividade cervejeira, seja das dinâmicas desenvolvidas na fábrica, seja pelas histórias e momentos que ela proporciona na mesa do bar. Ou seja, cerveja no Brasil é algo que faz parte da formação do nosso país e da nossa cultura.

A presente publicação visa preencher uma lacuna deixada pela carência de publicações no mercado editorial brasileiro que abordem a cerveja da perspectiva das ciências humanas. Ao contrário do que acontece com a bibliografia de caráter técnico, que se ocupa dos mínimos detalhes da produção de cerveja, e que conta já com uma vasta gama de publicações em língua portuguesa. A bibliografia sobre os aspectos propriamente humanos da produção de consumo de cerveja no país talvez tenha o seu pontapé inicial com o livro *A Cerveja e seus Mistérios*, escrito pelo filólogo Antônio Houaiss (1915-199) e publicado em 1986 (Editora Salamandra). Porém, apesar de ser um intelectual renomado, Houaiss escreve na condição de amante da cerveja. Mais do que na de pesquisador. E a prova disso é a total falta de referências bibliográficas no seu livro. Sem perder o mérito do pioneirismo, sua obra reproduz e compila informações sobre a história da cerveja, métodos de produção e zitogastronomia (uso da cerveja na culinária), trazendo dados inéditos até aquele momento. Na análise filológica de termos como “bebida” e “cerveja”, é onde se encontra a originalidade do livro, e onde o autor expõe todo o seu conhecimento da área. Houaiss reserva também um bom espaço no seu livro (7 páginas) para tratar da História da cerveja no Brasil. Mais espaço, até, do que encontramos em obras posteriores a sua.

Longos 14 anos se passam até a publicação do artigo de Edgar Köb, *Como a cerveja se tornou bebida brasileira: a história da indústria de cerveja no Brasil desde o início até 1930*, na Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (vol. 161, 2000). Não foi possível encontrar muitas informações sobre o autor. Apenas que ele é autor de uma obra em alemão sobre a instalação da indústria cervejeira no Brasil na qual enfoca o caso particular da Brahma, no Rio de Janeiro (KÖB, Edgar Halmut *Die Brahma-Brauerei und die Modernisierung des Getränkehandels in Rio de Janeiro 1888 bis 1930*. Stuttgart: Franz Steiner Verlag, 2005). Talvez por estar publicado em uma revista acadêmica, o texto de Köb teve menos circulação do que os títulos que vamos apresentar em seguida. O que é uma pena porque é, provavelmente, o primeiro texto totalmente dedicado à história da cerveja no Brasil,

das suas origens até a década de 1930, baseada em pesquisa autoral. Procurando responder à pergunta do título, o texto de Kõb faz uma narrativa cronológica do processo de produção e consumo de cerveja no Brasil desde os holandeses no século XVII, abordando aspectos cruciais como os equipamentos e insumos utilizados pelos primeiros cervejeiros nacionais, o comércio (importação, consumo e preços), mão-de-obra, entre outros. É uma leitura obrigatória para qualquer um que pretenda escrever sobre o tema.

Em 2009, foi publicada a primeira edição do *Larousse da Cerveja*, de autoria de Ronaldo Morado. Na ocasião em que começou a escrever o seu livro, o autor não atuava no meio cervejeiro e, assim como Houaiss, escrevia na posição de um apaixonado pela bebida. Aproveitando sua vivência internacional como executivo empresarial, principalmente em viagens à Europa e aos Estados Unidos, nos anos 90, Morado conheceu a cultura cervejeira e experimentou o crescimento do movimento cervejeiro no exterior. Com um conteúdo bastante abrangente e ricamente ilustrado, o *Larousse da Cerveja* se tornou uma publicação de referência na área. Os capítulos se dividem em História da Cerveja, ambientes, matéria-prima, produção, características dos estilos, serviço, cerveja e gastronomia, entre outros temas. Para uma obra tão ampla, apresenta uma lista de referências bibliográficas muito enxuta. Cerca de 70 títulos apenas. Na primeira edição, o capítulo sobre a História da Cerveja é bastante grande. Mas, à cerveja no Brasil são dedicadas apenas duas páginas. Em 2017 foi lançada uma nova edição revista e ampliada pela Editora Alaúde, onde o conteúdo foi reorganizado, tendo sido incluído um capítulo dedicado à história da cerveja no Brasil.

Em 2014 foi publicado *Cervejas, Brejas e Birras – um guia completo para desmistificar a bebida mais popular do mundo*, de autoria de Maurício Beltramelli. Assim como no caso do *Larousse da Cerveja*, o livro se propõe a ser uma obra de referência sobre a cerveja em língua portuguesa. E, assim, como no caso de Ronaldo Morado, também Beltramelli escreve na qualidade apaixonado pela bebida. Advogado por formação e atuação profissional, descobriu a paixão por cerveja em viagens ao exterior, onde teve a oportunidade de experimentar estilos diferentes. A partir das notas que tomava durante cada sessão de degustação, criou o site *Brejas*, de avaliação de cervejas. Além dos inevitáveis capítulos sobre a História da Cerveja (no Brasil e no Mundo), sobre as Escolas Cervejeiras e seus estilos principais e

sobre técnicas básicas de degustação, o aspecto original do livro é o capítulo intitulado Mitos e Verdades, onde o autor procura desmistificar algumas afirmações que até hoje são repetidas como verdades. Como, por exemplo, o mito de que fontes de águas “especiais” ou “puríssimas” fariam com que a cerveja produzida com aquela água fosse mais gostosa ou de melhor qualidade: ou o mito de que cervejas mais escuras são sempre mais alcoólicas; ou de que cerveja dá barriga.

O presente livro busca se diferenciar dos demais por abordar a formação do setor cervejeiro nacional e a evolução nos hábitos de consumo da população brasileira, a partir da perspectiva das ciências humanas (história, geografia e antropologia), com um amplo levantamento de fontes bibliográficas selecionadas que tratam da história da produção de cerveja no país desde antes da sua gênese e suas transformações até os dias atuais.

No primeiro capítulo abordamos como a cerveja, ao chegar no Brasil, já encontrou uma sociedade acostumada a ingestão de bebidas alcoólicas. Neste contexto, buscamos a construção do que chamamos de Trajetória Etilica Brasileira (TEB) como forma de verificar os diferentes momentos e papéis das bebidas alcoólicas na formação do povo brasileiro. Ou seja, como o hábito de tomar bebidas alcoólicas se deu desde as cervejas insalivadas dos indígenas, passando pela cachaça com os portugueses e escravos até o domínio da cerveja com a chegada dos imigrantes difundindo o hábito de beber cerveja por toda sociedade brasileira. Para tanto, partimos da análise da cerveja como droga social de uma maneira geral, ou seja, ela exerce um poder de instigar os sentidos humanos, suas sensações e prazeres, amenizam dores e são potentes conectores com o plano divino. Tudo isso é claro sem perder a noção que as drogas, bem como a cerveja, é um dos principais produtos do comércio internacional global.

Doravante, verificamos como o povo brasileiro teve sua formação histórica e cultural, a partir dos chamados intérpretes do Brasil, buscando analisar as características que compõem essa sociedade e, por fim, como as bebidas alcoólicas fazem parte dessa trajetória. A análise das matrizes culturais e predileções etílicas entrelaçam as diferentes heranças e os jogos de poder que atuaram na formação do povo brasileiro e a marca de cada tipo de bebida alcoólica. Por fim, a descrição e a explicação do hábito de beber cerveja no Brasil marca uma chegada da TEB, colocando as bebidas alcoólicas como símbolo do cotidiano brasileiro e paixão nacional.

O segundo capítulo busca traçar um panorama do processo de difusão da produção e consumo de cerveja no Brasil ao longo do século XIX, com ênfase na então capital do país, a cidade do Rio de Janeiro. O capítulo toca em alguns tópicos constantemente citados da história da cerveja no país, procurando desfazer mitos e incorreções. Como, por exemplo, o “retorno da cerveja” às terras brasileiras, com a abertura dos portos por D. João, em 1808. E não, “pelas mãos de D. João”; como se costuma afirmar. Discute-se o papel dos imigrantes de origem germânica, chegados ao Brasil poucos anos após a Independência, no estabelecimento das primeiras produções caseiras. Especial atenção é dedicada a esclarecer talvez uma das mais persistentes questões a respeito da instalação da produção de cerveja no Brasil: qual foi, afinal de contas, a primeira indústria de cerveja a produzir de forma comercial e regular no Brasil independente? Questão que é abordada a partir da leitura dos jornais que circulavam no Rio de Janeiro e que traziam anúncios dessas cervejarias. Compreende-se o século XIX como momento chave para o estabelecimento da produção cervejeira no país. Chamando atenção para o fato de que o século XIX nos oferece, inclusive, um panorama muito mais rico e variado do que o do século seguinte em termos de oferta de estilos de cerveja. Ainda que o seu consumo seja menor e que a cerveja continue sendo vista, durante boa parte desse século, como uma bebida de estrangeiros.

No terceiro capítulo busca-se abordar a formação da grande indústria cervejeira nacional, a partir da formação em território brasileiro, ainda no século XIX, de grandes empresas as quais expandiram-se em função de medidas institucionais que ampliaram e diversificaram a economia brasileira no decorrer do século XX. A Companhia Cervejaria Brahma e a Companhia Antarctica Paulista, foram pioneiras no uso da tecnologia de produção de cervejas de baixa fermentação e capacidade para produção em escala. Em meados do século XX, essas empresas concentravam grande parte da produção cervejeira do país, com investimentos em novas unidades produtivas e acordos e aquisições de empresas concorrentes no mercado nacional. A produção acelerou-se nas décadas de 1960 e 1970 e promoveu um processo de desconcentração da produção com investimentos nas regiões de menor atuação (Norte e Nordeste). Nas décadas de 1980 e 1990 as cervejas nacionais encontraram lugar nas exportações e as grandes empresas

passaram a ter forte atuação no mercado regional da América Latina, onde escoavam suas cervejas tradicionais.

Ainda no final do século passado, dois fenômenos impactam a dinâmica da produção cervejeira nacional: a internacionalização da economia cervejeira e a maior entrada das cervejas importadas no mercado nacional, algumas já produzidas no país, e o surgimento das microcervejarias fabricantes de cervejas especiais. A produção, que inicialmente era realizada em pequenas fábricas com pouca automatização, passou a contar com a especialização das empresas de bens de capital do mercado nacional, com a importação de variados tipos de maltes e lúpulos e com mudanças na legislação. Surgiram novos tipos de estabelecimentos para comercializar as cervejas e criou-se um novo modo de consumir a cerveja, não mais com base na quantidade, mas na qualidade do produto.

O quarto capítulo, finalmente, analisa como a associação entre cerveja e formas de lazer como a música, o carnaval, o cinema e o teatro foram importantes na formação da cultura cervejeiras brasileira. Mostramos como a associação entre o consumo de cerveja e diferentes formas de lazer foi utilizada ainda no século XIX, pelas primeiras fábricas de cerveja, como forma de popularizar uma bebida que era uma novidade naquele momento. As maiores cervejarias do Rio de Janeiro ofereciam, como acompanhamento da cerveja, amplos espaços verdes, com caramanchões e iluminação a gás, aparelhos de ginástica, apresentação de dança e teatro. No começo do século XX, Brahma e Antarctica se associaram a empresários do ramo do entretenimento para oferecer suas cervejas em teatros, cinemas e dancing halls. A Antarctica constrói vários equipamentos culturais em São Paulo. Sendo o mais famoso o Parque Antarctica, que na década de 1920 viria a se tornar o campo oficial da Sociedade Esportiva Palmeiras. Estabelecendo uma ligação entre futebol e cerveja. Ao mesmo tempo, a cerveja marcava presença em festividades importantes como o Carnaval e a Festa da Penha e começa a aparecer nos temas da música popular, principalmente do samba. E, mais recentemente, na música sertaneja.

Buscou-se manter, na construção do texto, o rigor nos aspectos científicos que balizam o trabalho, porém sem cair na rigidez das regras acadêmicas, com uma linguagem fluida e leve, como uma boa cerveja pros dias de mais sede e também profunda e encorpada quando necessário,

como uma boa cerveja complexa, para ser apreciada lentamente. Ademais, nossa obra é um passeio pela história da cerveja no Brasil, contribuindo para edificação do conhecimento cervejeiro nacional a partir de muita pesquisa, leitura e goles!



