

Cultura cervejeira: breve história da cerveja artesanal no Brasil

Brewing culture: a brief history of craft beer in Brazil

Tatiana Rotolo¹

Nos últimos anos, assistimos um crescimento vertiginoso de pequenas cervejarias e bares oferecendo ao público cervejas artesanais. Segundo dados da Associação das Microcervejarias Brasileiras (Abracerva), neste ano chegamos ao registro de 1000 cervejarias, número composto basicamente por pequenas fábricas ou *brewpubs* (também conhecido como modelo “fábrica-bar”; disponível em <<https://abracerva.com.br/2019/06/07/brasil-chega-a-mil-fabricas-de-cerveja/>>, acesso em 10 nov. 2019). Os números do crescimento desafiam as estatísticas de crescimento do setor. Isto é, enquanto a economia brasileira patina nos últimos anos, o setor de cervejas artesanais cresce em torno de 35% ao ano (dados disponíveis em <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/mercado-de-cervejas-artesanais-cresce-exponencialmente-no-brasil/>>, acesso em 10 nov. 2019). São empreendimentos abrindo, cervejarias, distribuidores, festivais, cursos, concursos, eventos que envolvem milhares de pessoas. Isto tudo acontecendo de modo extremamente rápido, no decorrer de menos de 20 anos. Este processo tem mudado hábitos de consumo, alimentado relação sociais e criado em torno de si uma “cultura cervejeira” (também chamada de “cultura *craft beer*”, uma vez que este processo no Brasil é bastante influenciado pelo movimento *craft* norte-americano), fortemente enraizada no consumo de cerveja artesanal, com modos específicos de se comunicar, com atitudes diferenciadas e identidades próprias. Este cenário de uma cultura em torno da cerveja artesanal, que teve início nos Estados Unidos, quando chega ao Brasil ganha matizes ainda mais interessantes, uma vez que se desenvolve à parte (e muitas vezes contra, dado que a palavra “opressora” é comumente usada para se referir à grande indústria de cerveja) da maior multinacional de cerveja do mundo: a Ambev (e sua vertente internacional AB-Inbev).

Este trabalho, deste modo, pretende investigar os primeiros passos do nascimento e crescimento da cerveja artesanal no Brasil, situado no início dos anos 2000, quando algumas pequenas fábricas brasileiras começaram a lançar cervejas artesanais no mercado brasileiro (por exemplo, a Eisenbahn, a Colorado ou, um pouco anterior, a Dado Bier), e como este setor veio se desenvolvendo até os dias de hoje, criando em torno de si uma cultura que regulamenta não apenas o consumo, mas os comportamentos, forjando identidades tanto dos produtores de cerveja, como também dos apreciadores de cerveja artesanal. Tal cultura tem na ideia de “consumo local” um dos seus pilares, invertendo os hábitos e costumes dos consumidores de cerveja em curto período de tempo, criando em torno de si um conjunto simbólico ligado a um produto, mobilizando afetos e atitudes dos seus apreciadores.

A metodologia usada, além das referências acerca da história da cerveja no mundo e no Brasil, é a análise de sites, mídias sociais e entrevistas com participantes desse movimento, numa etnografia digital de um lado e uma história oral de outro, uma vez que as fontes primárias sobre

esta temática são exíguas e muitas das informações sobre o assunto encontram-se vivas na rede e na memória dos seus protagonistas.

Palavras-chave: cerveja artesanal; cultura cervejeira; história da cerveja no Brasil.

Keywords: craft beer; brewing culture; history of beer in Brazil.

¹ Doutora em Ciência Política pela Universidade de Brasília (UnB), mestre em Filosofia pela Universidade de São Paulo, coordenadora do Grupo de Pesquisa em Cultura e História da Alimentação (CHA).