

Cerveja como expressão cultural: elementos materiais e imateriais na construção da identidade

Beer as a cultural expression: material and immaterial elements in the construction of identity

Cerveza como expresión cultural: elementos materiales e inmateriales en la construcción de la identidad

Tatiana Rotolo

Instituto Federal de Brasília

<https://orcid.org/0000-0001-5173-3392>

Lucas Pereira de Carvalho

Instituto Federal de Santa Catarina

<https://orcid.org/0009-0008-1290-1523>

Resumo: Este trabalho propõe uma análise teórica da constituição da cerveja enquanto expressão cultural, considerando seus elementos materiais e imateriais. A partir de uma pesquisa qualitativa e bibliográfica, busca-se compreender como insumos, técnicas produtivas, estratégias de marca e práticas sociais se articulam na construção de uma identidade cervejeira enraizada no território brasileiro. O referencial teórico foi estruturado em torno de dois eixos principais: os aspectos materiais da bebida - como água, malte, adjuntos, lúpulo e levedura - e seus aspectos imateriais - como saberes técnicos, identidade visual e relações socioculturais. O estudo evidencia que a cerveja ultrapassa sua dimensão físico-química e sensorial, sendo capaz de evocar

pertencimento, fortalecer vínculos territoriais e restaurar memórias coletivas. Além disso, destaca-se a importância de estratégias produtivas e comunicacionais que valorizem insumos locais, saberes tradicionais e práticas culturais, apontando caminhos para uma produção mais diversa e culturalmente situada.

Palavras-chave: cerveja; identidade cultural; territorialidade; cadeia produtiva.

Abstract: This study proposes a theoretical analysis of beer as a form of cultural expression, considering its material and immaterial elements. Based on qualitative and bibliographic research, it aims to understand how ingredients, production techniques, branding strategies, and social practices are articulated in the construction of a beer identity rooted in the Brazilian territory. The theoretical framework is structured around two main categories: the material aspects of the beverage - such as water, malt, adjuncts, hops, and yeast - and its immaterial aspects - including technical knowledge, visual identity, and sociocultural relations. The study shows that beer goes beyond its physicochemical and sensory dimensions. It evokes belonging, strengthens territorial ties, and restores collective memory. It also highlights the importance of production and communication strategies that value local ingredients, traditional knowledge and cultural practices, encouraging a more diverse and culturally grounded brewing practice.

Keywords: beer; cultural identity; territoriality; production chain.

Resumen: Este trabajo propone un análisis teórico de la constitución de la cerveza como expresión cultural, considerando sus elementos materiales e inmateriales. Basado en investigación cualitativa y bibliográfica, el estudio busca comprender cómo los insumos, las técnicas de producción, las estrategias de marca y las prácticas sociales se articulan en la construcción de una identidad cervecera arraigada en el territorio brasileño. El marco teórico se estructuró en torno a dos ejes principales: los aspectos materiales de la bebida - como el agua, la malta, los adjuntos, el lúpulo y la levadura - y sus aspectos inmateriales - como los conocimientos técnicos, la identidad visual y las relaciones socioculturales. El estudio demuestra que la cerveza trasciende sus dimensiones físico-químicas y sensoriales, siendo capaz de evocar pertenencia, fortalecer vínculos territoriales y restaurar memorias colectivas. Además, destaca la importancia de las estrategias de producción y comunicación que valoran los insumos locales, los conocimientos tradicionales y las prácticas culturales, señalando el camino hacia una producción más diversa y culturalmente situada.

Palabras-clave: cerveza; identidad cultural; territorialidad; cadena de producción.

Introdução

O que constitui a identidade de uma cerveja? Seria a localidade de seus insumos? O uso de técnicas e saberes próprios? Ou os símbolos e costumes a ela associados? Partindo desse questionamento, este artigo propõe uma análise teórica da identidade cervejeira brasileira, compreendida a partir de seus elementos constituintes, examinando tanto a dimensão técnico-produtiva quanto a dimensão cultural da bebida.

No Brasil, a cerveja é definida legalmente pelo decreto nº 6.871 (BRASIL, 2009, p. 10) como “bebida resultante da fermentação, a partir da levedura cervejeira, do mosto de cevada malteada, submetido previamente a um processo de cocção adicionado de lúpulo”. A Instrução Normativa nº 65 (BRASIL, 2019, p. 2) também discorre sobre a utilização de adjuntos como fonte alternativa de açúcares fermentescíveis.

A partir dessa definição, já é possível enumerar alguns elementos materiais que constituem a identidade cervejeira: a água, cujo conteúdo mineral influencia diretamente no perfil sensorial; a base de cereais e adjuntos de onde serão extraídos os açúcares para fermentação; o lúpulo, que auxilia no controle microbiológico e pode ser usado para contribuir sensorialmente; e, por fim, os micro-organismos que serão utilizados para fermentação.

Embora a legislação vigente defina a bebida em termos físico-químicos e regulatórios, o objetivo deste artigo é ampliar essa compreensão, considerando também dimensões culturais, simbólicas e territoriais. Assim, propõe-se a categorização analítica dos elementos imateriais em técnica, identidade de marca e relações socioculturais. A técnica, entendida como saber-fazer, refere-se à intencionalidade no uso de práticas produtivas específicas. A identidade de marca diz respeito às estratégias de autenticidade e diferenciação. Já as relações socioculturais abrangem hábitos de consumo, sociabilidade e pertencimento associados à cerveja.

Uma das questões centrais desta análise reside no fato de que a cerveja esteve, até parte do século XX, fortemente associada a elementos locais e territoriais. Com o desenvolvimento tecnológico e a expansão das cadeias produtivas, essas vinculações foram gradualmente enfraquecidas, de modo que diferentes estilos de cerveja passaram a ser produzidos e consumidos em distintas regiões do mundo, sem ligação significativa com seu local de origem. Nesse contexto, faz-se necessário atualizar a compreensão dessas relações e destacar as particularidades da cerveja em comparação com outros produtos alimentares já amplamente estudados sob o conceito de *terroir*, como o vinho e o queijo.

Na vitivinicultura o *terroir* é definido como uma categoria geográfica que expressa a síntese entre fatores biofísicos - como solo, relevo e clima - e humanos - como técnicas e saberes (OLIVEIRA *et al.*, 2022). Essa abordagem, porém, mostra-se inadequada para compreender a cerveja contemporânea, pois a evolução de sua cadeia produtiva foi marcada por uma progressiva dissociação espacial entre o cultivo de suas matérias-primas e a produção final da bebida.

Esse cenário de desterritorialização e transição global é evidenciado por Flack (1997) e Massey & Higgins (2023), que, ao analisarem os contextos estadunidense e britânico, respectivamente, destacam que os avanços nas técnicas industriais e de beneficiamento dos insumos possibilitaram a reprodução de diferentes estilos cervejeiros em praticamente qualquer parte do mundo. Marcusso (2021) reforça esse diagnóstico ao evidenciar o processo de homogeneização pelo declínio na variedade de estilos consumidos mundialmente, com as cervejas *lager* passando de 15% para 70% do consumo total de cerveja após a Primeira Guerra Mundial.

Para responder a esse panorama de homogeneização e propor uma articulação teórica, este artigo se estrutura da seguinte forma: primeiramente, categorizamos estes elementos entre materiais e imateriais. Em seguida, analisamos o impacto de cada elemento na criação de escolas e estilos cervejeiros historicamente consolidados. Por fim, buscamos atualizar a relação desses elementos com a produção cervejeira e como ela pode moldar a identidade de uma cerveja contemporânea.

Cerveja: elementos e identidade

A construção de uma cerveja com identidade cultural e territorial exige uma abordagem que transpasse os aspectos técnicos e sensoriais da bebida. Embora frequentemente vista como produto padronizado e globalizado, a cerveja pode assumir significados culturais e simbólicos diversos, dependendo do contexto em que é produzida, nomeada, servida e consumida. Nesse sentido, compreender suas potencialidades como expressão de identidade demanda o desenvolvimento de um referencial teórico que articule conceitos como cultura, identidade e território.

Adotando a perspectiva geográfica discutida por Marcusso (2021), território é compreendido como uma construção social e relacional, definida pelas relações de poder e apropriação simbólica e material do espaço. Não se limita a uma base física, mas envolve práticas, representações, normas e disputas que conferem sentido aos lugares. No campo da produção cervejeira, essa abordagem permite compreender o território como o conjunto de interações entre agentes, saberes, técnicas e identidades que se

articulam em torno da bebida, moldando sua inserção social e cultural em dinâmicas locais e regionais.

Assim, propomos fundamentar tais conceitos, tendo como eixo a análise dos elementos constitutivos da cerveja divididos em dois grupos: os elementos materiais, que incluem água, malte, adjuntos, lúpulo e levedura; e os elementos imateriais, compostos pela técnica envolvida, a marca e as relações socioculturais que permeiam o produto. A categorização proposta, acompanhada da análise de exemplos e casos históricos, servirá como base para a discussão de como esses elementos podem ser mobilizados na construção de uma cerveja que manifeste vínculos simbólicos e produtivos com o território em que é elaborada.

Elementos Materiais

A compreensão dos elementos materiais que compõem a cerveja demanda, antes de tudo, uma análise das condicionantes tecnológicas, históricas e geográficas que moldaram a organização espacial de sua produção. Para isso, é pertinente recorrer à Teoria da Localização Industrial, formulada por Alfred Weber no início do século XX, no âmbito da geografia econômica. Essa teoria propõe que a localização das indústrias de transformação depende, fundamentalmente, da relação entre os custos de transporte dos insumos e dos produtos finais. Indústrias orientadas ao mercado tendem a se instalar próximas aos centros consumidores, especialmente quando seus produtos são perecíveis ou volumosos; por outro lado, indústrias orientadas à matéria-prima se beneficiam da proximidade das fontes de insumos, sobretudo quando estes perdem massa durante o processamento ou apresentam alta perecibilidade (AHN *et al.*, 2023).

Essa dinâmica de orientação ao mercado - que afasta as unidades produtivas finais das zonas de cultivo agrícola - reforça o distanciamento entre o modelo produtivo da cerveja e o conceito de *terroir*. Na vitivinicultura, a orientação à matéria-prima é imperativa devido à perecibilidade da uva. No setor cervejeiro, a capacidade de desvincular espacialmente a produção de seus insumos resulta em uma identidade que não é herdada unicamente do solo, mas também da deliberação em escolher, manipular e recombinar matérias-primas de procedências globais.

Na indústria cervejeira, os avanços nas técnicas de processamento, conservação e transporte reduziram as limitações anteriormente impostas pela perecibilidade dos insumos. Como resultado, a produção cervejeira foi progressivamente se orientando ao mercado. Nesse novo arranjo, as cervejarias passaram a se concentrar preferencialmente em áreas com fácil acesso a recursos hídricos abundantes e infraestrutura logística

consolidada, fatores que otimizam tanto o suprimento de matérias-primas quanto a distribuição do produto final (PATERSON & HOALST-PULLEN, 2014).

Neste contexto, a análise dos elementos materiais - água, malte, adjuntos, lúpulo e levedura - permite não apenas compreender suas funções técnicas e sensoriais, mas também revelar como suas propriedades e disponibilidade influenciam a localização, a estrutura produtiva e, por consequência, a identidade territorial da cerveja.

O ponto de partida desta análise é o insumo mais abundante na produção de cerveja, compondo em torno de 95% de seu volume final: a água. Sua composição química exerce influência direta sobre as propriedades sensoriais da bebida, além de interferir na eficiência de etapas do processo produtivo, como a mostura e a fermentação. Parâmetros como pH, alcalinidade, dureza e concentração de íons (sulfato, cloreto, cálcio, magnésio, sódio e bicarbonato) afetam a solubilidade de compostos, a estabilidade proteica, a atividade enzimática e o perfil sensorial (PATERSON & HOALST-PULLEN, 2014).

Historicamente, a composição mineral da água disponível localmente foi um dos principais fatores na consolidação de estilos cervejeiros: a alta concentração de sulfatos em Burton-on-Trent, na Inglaterra, favoreceu a produção de *Pale Ales* com amargor mais pronunciado. Já as águas ricas em carbonatos de Munique permitiram o desenvolvimento de cervejas escuras equilibradas como as *Dunkel*. Em Pilsen, na atual República Tcheca, o baixo teor mineral da água possibilitou uma lupulagem mais destacada, contribuindo para o surgimento do estilo *Pilsner*, valorizando os aromas florais do lúpulo Saaz e o caráter limpo do malte pálido (ÁVILA *et al.*, 2022).

A partir da década de 1970, os avanços em tecnologias de análise química, como a espectrofotometria, e de tratamento, como a osmose reversa, permitiram que cervejarias passassem a manipular o perfil da água de forma precisa. Tais inovações reduziram a dependência das características locais da água, possibilitando a padronização da produção em diferentes regiões e a reprodução fiel de estilos tradicionais mesmo em contextos geográficos distintos.

Portanto, a água, antes um fator determinante da identidade territorial da cerveja, passou a ser um elemento tecnicamente ajustável. Essa capacidade de replicar perfis minerais favoreceu a expansão das grandes indústrias e a padronização dos produtos em escala global, mas também reduziu a influência do perfil hídrico sobre o estilo e o caráter da bebida.

Em associação à matriz hídrica, o malte atua como o insumo primário para a constituição dos açúcares fermentescíveis. A base fermentável da bebida deriva, predominantemente, da cevada (*Hordeum vulgare*), cultivo de ampla importância agrícola e econômica, atualmente o quinto cereal mais produzido no mundo. A história da cevada está

diretamente vinculada à trajetória da agricultura, com evidências de sua domesticação datando de aproximadamente 10 mil anos atrás, na região do Crescente Fértil. Nesse processo, diferentes regiões selecionaram variedades que melhor respondiam às necessidades alimentares, priorizando produtividade, estabilidade e valor nutricional (YU *et al.*, 2024).

Para utilização na produção cervejeira, a cevada deve passar por um processo denominado malteação. Essa transformação promove a ativação de enzimas endógenas - especialmente amilases - que quebram as cadeias de amido em açúcares mais simples, servindo de substrato para a fermentação alcoólica conduzida pelos agentes fermentadores.

Regiões com tradição cervejeira consolidada, como a Alemanha e a República Tcheca, desempenharam papel central tanto na seleção de variedades quanto no aperfeiçoamento das técnicas de beneficiamento do grão. Em Munique, por exemplo, a disponibilidade de cevada adaptada ao clima temperado e de métodos de malteação e torrefação favoreceu o desenvolvimento de cervejas de malte escuro, como a *Dunkel*. Já em Pilsen, a combinação de malte claro de alta modificação e processo de decocção contribuiu para a definição do perfil leve e translúcido da *Pilsner*, estilo que se tornou referência global.

Com os avanços técnicos em melhoramento genético, controle enzimático e do processo de malteação, tornou-se possível replicar perfis de malte específicos em diferentes contextos geográficos, contribuindo para a padronização da produção cervejeira.

No Brasil, o clima ainda é um fator limitante para a produção de cevada: dos 1,6 milhões de toneladas consumidas anualmente, apenas 39,5% é cultivada nacionalmente - com Rio Grande do Sul e Paraná responsáveis por 99% desta produção - enquanto o restante é importado majoritariamente da Argentina e Uruguai (CARPENTIERI-PIPOLO *et al.*, 2023).

Para além da cevada, é possível produzir fermentados alcoólicos a partir de outros cereais, como trigo, centeio, arroz, milho e aveia, maltados ou não, bem como de outras fontes amiláceas e sacarídicas, como a cana-de-açúcar, mel e mandioca. No Brasil, a regulamentação vigente define quatro categorias principais de cerveja, conforme a proporção e a natureza dos adjuntos utilizados: cerveja puro malte (elaborada exclusivamente com malte de cevada), cerveja (com ao menos 55% de malte de cevada), cerveja puro malte de cereal (com 100% de malte de cereais) e cerveja de cereal (que admite até 80% de adjuntos não maltados) (BRASIL, 2009, cap. II).

Historicamente, diversos estilos e escolas cervejeiras consolidaram-se justamente pelo uso de adjuntos, conferindo características sensoriais únicas aos produtos. A tradição belga, por exemplo, destaca-se pelo emprego de diferentes tipos de *candi sugar* - calda

obtida a partir da cocção do açúcar de beterraba sob condições específicas de temperatura e pH - fundamentais para estilos icônicos como *Dubbel*, *Tripel* e *Quadrupel*. Na escola alemã, o protagonismo cabe ao trigo maltado, essencial na produção de estilos consagrados como *Weissbier*, *Dunkel Weiss* e *Weizenbock* (BJCP, 2021).

Ainda no século XVI, na região da Baviera, foi promulgada a *Reinheitsgebot*, célebre "lei da pureza" alemã, que determinava a utilização exclusiva de água, malte e lúpulo na produção cervejeira. Embora frequentemente celebrada como uma medida para assegurar a qualidade e a tradição da cerveja, diversos estudos indicam que sua motivação também esteve ligada a interesses econômicos e políticos, funcionando como um mecanismo de proteção ao mercado interno e de restrição à concorrência estrangeira (TONGEREN, 2011). Além disso, a restrição ao uso do trigo visava garantir o abastecimento desse cereal para a produção de pães.

Esse episódio exemplifica como as escolhas técnicas na produção cervejeira estão profundamente enraizadas em contextos históricos, sociais e econômicos, revelando que o uso ou a proibição de adjuntos vai além de aspectos sensoriais. No contexto contemporâneo, observa-se que, em grandes indústrias cervejeiras, os adjuntos são majoritariamente empregados por razões econômicas, dada sua significativa redução de custos em relação ao malte de cevada. Nesse cenário, o uso de ingredientes como milho e arroz atende a uma lógica de minimização do custo.

Por outro lado, crescem no Brasil e na América Latina movimentos que reivindicam o resgate de práticas tradicionais e a valorização dos insumos locais como expressão de identidade cultural. Bebidas indígenas ancestrais, baseadas em milho, mandioca e frutas nativas, mostram que a escolha de adjuntos pode estar profundamente ligada à disponibilidade territorial e aos repertórios simbólicos de cada povo.

Nesse contexto, o uso de diferentes variedades, como os milhos crioulos - cultivados por comunidades tradicionais e adaptados a condições locais de solo e clima -, tem ganhado destaque em projetos cervejeiros que buscam reforçar vínculos com o território, promover a agrobiodiversidade e revalorizar insumos historicamente marginalizados (ROMERO-MEDINA *et al.*, 2020). Quando incorporados com intencionalidade ao processo cervejeiro, esses insumos ampliam as possibilidades sensoriais, além de fortalecer saberes e cultivares ameaçados de esquecimento.

Dando continuidade à delimitação dos elementos materiais da cerveja, destaca-se o papel do lúpulo (*Humulus lupulus*). Essa planta trepadeira perene, pertencente à família *Cannabaceae*, é originária de regiões de clima temperado do hemisfério norte. Seu cultivo e utilização na produção cervejeira possuem registros documentados a partir do

século VIII, com seu uso intensificado ao longo da Idade Média (PATERSON & HOALST-PULLEN, 2014).

A importância do lúpulo na fabricação da cerveja está associada, sobretudo, às suas inflorescências femininas - denominadas cones - que contêm glândulas ricas em resinas e óleos essenciais. Estes compostos conferem à bebida características sensoriais fundamentais, como amargor e aroma, além de desempenharem um papel antimicrobiano, inibindo o desenvolvimento de micro-organismos indesejáveis e contribuindo para a estabilidade microbiológica do produto final (DE ÁVILA *et al.*, 2022).

Um dos casos mais emblemáticos da história da cerveja é o desenvolvimento da *India Pale Ale* (IPA), estilo criado por cervejeiros ingleses no século XVIII. Para suportar as longas travessias marítimas até as colônias na Índia, as cervejas receberam adições massivas de lúpulo que, associadas a um teor alcoólico mais elevado, garantiram maior resistência às variações de temperatura e aos riscos de contaminação durante o transporte. O resultado foi uma cerveja intensamente amarga, aromática e alcoólica, que se tornou referência internacional (PATERSON & HOALST-PULLEN, 2014).

No cenário contemporâneo, novas regiões produtoras de lúpulo consolidaram-se globalmente, desenvolvendo cultivares com características sensoriais distintivas que se tornaram elementos centrais na construção da identidade de diversos estilos cervejeiros. Nos Estados Unidos, variedades como *Cascade*, *Citra* e *Simcoe* desempenharam papel fundamental na consolidação de estilos populares como *American Pale Ale*, *American India Pale Ale* e *Double IPA*. De modo semelhante, Austrália e Nova Zelândia emergiram como importantes polos de inovação varietal, destacando-se por cultivares como *Galaxy*, *Motueka* e *Nelson Sauvin*, responsáveis pelo reconhecimento da *New Zealand Pilsner* (BJCP, 2021).

No Brasil, observa-se um movimento recente de desenvolvimento da cadeia produtiva de lúpulo, impulsionado pela crescente demanda do setor cervejeiro. As regiões sul e sudeste destacam-se como os principais polos de cultivo, liderando iniciativas voltadas à pesquisa, ao desenvolvimento de cultivares adaptadas às condições locais e à estruturação de redes produtivas. Dados de 2020 mostram que, frente a uma demanda anual estimada em 3 mil toneladas, a produção nacional atende a menos de 1% desse volume, o que evidencia o lúpulo como um insumo ainda dependente das importações e com presença incipiente na cadeia produtiva nacional (CAMARGO, 2023).

Apesar dos desafios produtivos ainda presentes, o lúpulo representa um insumo de elevado potencial estratégico para o Brasil, não apenas do ponto de vista econômico, mas também como vetor de construção cultural e simbólica. A ampliação da produção nacional, apoiada pela pesquisa em cultivares adaptados às condições climáticas

brasileiras, permite vislumbrar a criação de perfis sensoriais próprios, fomentando um processo de territorialização do insumo.

O encerramento da delimitação dos componentes materiais da cerveja dá-se com o processo de fermentação. É um processo metabólico no qual micro-organismos obtêm energia, degradando compostos orgânicos em subprodutos diversos. Os tipos de fermentação são classificados de acordo com os produtos resultantes deste processo.

A categoria mais relevante para a produção cervejeira é a fermentação alcoólica, realizada por leveduras do gênero *Saccharomyces*, que convertem açúcares simples em etanol e dióxido de carbono. Outros tipos de fermentação também possuem aplicações importantes na indústria de alimentos e bebidas: a fermentação láctica, realizada por bactérias como *Lactobacillus*, *Pediococcus* e *Streptococcus*, resultando na produção de ácido láctico, essencial para produtos como iogurtes e queijos; e a fermentação acética, promovida por bactérias do gênero *Acetobacter*, convertendo o etanol em ácido acético, principal componente do vinagre.

Embora práticas fermentativas façam parte das culturas alimentares humanas há milênios - permitindo a conservação de alimentos e a criação de sabores mais complexos -, foi apenas no século XIX que se compreendeu a base científica do processo. Louis Pasteur, por meio de seus experimentos com vinhos e cervejas, demonstrou que a fermentação era resultado da atividade de micro-organismos, e não um fenômeno puramente químico. Essa descoberta estabeleceu as bases da microbiologia industrial e inaugurou uma nova era no controle e aperfeiçoamento dos processos fermentativos.

No universo da cerveja, uma maneira de categorizar os estilos é com base no tipo de fermentação utilizada: alta fermentação (*ales*), baixa fermentação (*lagers*) e fermentações mistas ou espontâneas (BJCP, 2021).

Em cervejas *ale*, fermentadas sob temperaturas mais elevadas, predominam perfis mais complexos e aromáticos que se destacam em estilos como *Tripel* e *Saison* (Bélgica). Já as *lager*, fermentadas sob temperaturas mais baixas, trazem maior limpidez e perfil mais equilibrado, sendo representadas por estilos como *Pilsner* (República Tcheca), *Helles* e *Dunkel* (Alemanha). Por fim, temos as fermentações espontâneas e mistas, nas quais atuam micro-organismos diversos como *Brettanomyces*, *Lactobacillus* e *Pediococcus*. Estes agentes fermentativos, presentes naturalmente no ambiente de fermentação ou em frutas adicionadas ao mosto, realizam processos metabólicos diversos, trazendo perfis sensoriais bastante específicos.

Ao fim do século XIX foram desenvolvidas técnicas de isolamento, secagem e liofilização, possibilitando a armazenagem e transporte de cepas de leveduras por longos períodos.

Assim, cervejarias passaram a utilizar cepas *ale* e *lager* consagradas do mercado europeu, em mais um processo de desterritorialização da cerveja (DA SILVA *et al.*, 2002).

Embora historicamente marginalizadas pelas grandes indústrias cervejeiras, as fermentações espontâneas e mistas conferem ao processo produtivo uma maior vinculação às condições locais. Em movimentos contemporâneos voltados ao resgate de saberes locais e à resistência frente à padronização imposta pela lógica industrial, essas técnicas têm sido cada vez mais utilizadas. Nessas práticas, o clima, os insumos e a microbiota endógena passam a desempenhar um papel determinante na definição das características sensoriais do produto final.

No contexto brasileiro, merece destaque o Projeto Manipueira, uma iniciativa das cervejarias Cozalinda (SC) e Zalaz (MG), desenvolvido em parceria com a Associação Brasileira de Cerveja Artesanal (ABRACERVA). O projeto propôs o uso da manipueira - líquido extraído da prensagem da mandioca durante a produção de farinha - como agente fermentativo não convencional. Esse líquido apresenta composição microbiológica semelhante àquela utilizada na produção do *cauim*, bebida fermentada ancestral de origem indígena. O projeto consistiu na elaboração de uma receita com base neutra de malte e lúpulo, fermentada pelos microrganismos presentes na manipueira. A experiência foi replicada por 33 cervejarias, distribuídas em dez estados brasileiros, com insumos e condições climáticas locais. Os resultados foram apresentados na 1ª Feira Selvagem, realizada em São Paulo, como parte de um esforço coletivo para valorizar práticas fermentativas tradicionais (ABRACERVA, 2023).

Elementos Imateriais

A identidade de uma cerveja não se esgota em seus aspectos materiais, como insumos e características sensoriais. Em um cenário globalizado, marcado pela padronização de técnicas e pelo acesso generalizado a recursos produtivos, os elementos imateriais assumem papel decisivo na articulação de vínculos simbólicos com o território e a cultura. Heranças culturais, estratégias de comunicação e dinâmicas sociais tornam-se fundamentais para compreender como uma cervejaria se posiciona e se diferencia.

Esta seção analisa três dimensões centrais desses elementos intangíveis: (i) técnicas e saberes tradicionais incorporados ao processo produtivo; (ii) a marca, vista como linguagem e dispositivo simbólico; e (iii) as relações sociais e culturais que estruturam a cadeia produtiva e moldam os contextos de consumo.

As técnicas de produção cervejeira não se limitam a procedimentos operacionais voltados à eficiência ou à replicação de processos. Elas constituem escolhas carregadas de

sentido, nas quais se manifestam saberes, tradições e intenções que associam a bebida a uma identidade. A técnica, nesse contexto, deve ser compreendida como uma prática que participa da construção de vínculos entre o produto, o território e os sujeitos que o produzem.

Como demonstram Marcusso (2021) e Rotolo (2022), a produção cervejeira, especialmente no âmbito artesanal, envolve uma relação ativa com o repertório cultural da comunidade. A decisão por adotar métodos manuais, escalas reduzidas, insumos regionais ou processos historicamente marginalizados - mesmo quando não exclusivos ou inovadores - expressa uma intenção de ruptura com os modelos industriais hegemônicos e de revalorização de referências locais. Essas escolhas técnicas contribuem para estabelecer uma narrativa de pertencimento e singularidade.

A técnica, nesse contexto, configura-se como um meio através do qual práticas produtivas ganham valor cultural e simbólico. Ao orientar escolhas sobre insumos e processos, ela estrutura significados que ultrapassam a dimensão operacional.

No Brasil, há grande espaço para exploração desse potencial simbólico, especialmente na valorização de saberes ancestrais e insumos regionais. Diversas sociedades indígenas sul-americanas desenvolveram, historicamente, bebidas fermentadas a partir de insumos locais como mandioca, milho e frutas nativas, utilizando técnicas de cocção, trituração, mastigação e fermentação espontânea em ambientes comunitários (GURIAN, 2018; MARCUSSO, 2021).

Iniciativas como o Projeto Manipueira ilustram esse caminho ao propor o uso da manipueira como agente fermentativo, inspirado nos modos tradicionais de produção do cauim (ABRACERVA, 2022). A cervejaria Zalaz, de Paraisópolis-MG, também aparece na vanguarda da valorização de métodos e insumos locais, utilizando madeiras nacionais como amburana e jequitibá na maturação de cervejas, além de uma linha de rótulos de fermentação espontânea a partir de flores e frutos locais.

Em complemento ao domínio dos saberes e técnicas de fabricação, a identidade de marca apresenta-se como a componente seguinte. Elementos como o nome, o rótulo e a identidade visual de uma cerveja constituem o primeiro ponto de contato entre o produto e o consumidor. Antes mesmo da experiência sensorial, são esses elementos que despertam expectativas, sugerem significados e posicionam simbolicamente o produto no imaginário do público. Mesmo de forma inconsciente, os consumidores interpretam sinais verbais e não-verbais - como tipografia, paleta de cores, ícones, nomes e slogans - atribuindo a eles valores como tradição, qualidade, autenticidade ou inovação. A marca, portanto, não apenas identifica um produto, mas articula discursos e ativa repertórios culturais partilhados entre quem produz e quem consome (MELEWAR & SKINNER, 2018).

No Brasil, esse processo é fortemente influenciado pela associação histórica entre qualidade e produtos estrangeiros, especialmente os europeus, de onde se emanou a cultura cervejeira. Essa valorização de tradições externas - especialmente alemã, belga e inglesa - influenciou profundamente a formação do mercado nacional e o posicionamento das marcas brasileiras (MATTOS *et al.*, 2016). Desde o início do século XX, cervejarias como Brahma, Bohemia e Bavaria buscaram legitimação por meio da evocação de nomes e grafismos associados às escolas clássicas, mesmo sendo produzidas em território nacional com receitas e insumos localmente adaptados (MARCUSO, 2021).

Uma análise semiótica, no campo do *design*, conduzida por Mattos *et al.* (2016) evidencia que rótulos de cervejas artesanais brasileiras operam como dispositivos simbólicos carregados de sentido. O estudo identificou dois grandes grupos de linguagem visual: os rótulos “tradicionais”, que reproduzem signos como brasões, coroas, letras góticas e referências à heráldica medieval europeia; e os rótulos “inovadores”, que rompem com essa estética por meio de cores vibrantes, ilustrações bem-humoradas e composição gráfica mais livre. Esses signos, ao serem lidos pelo consumidor, ativam associações a valores como tradição, criatividade ou autenticidade.

Algumas cervejarias brasileiras se destacam pela adoção de símbolos locais em seus rótulos e identidades visuais. A Cervejaria Uaimií, situada em Itabirito-MG, recorre ao topônimo indígena Uaimií (“alto Rio das Velhas”) e nomeia seus rótulos em referência a personagens históricos, como Chico Rei, Barão de Eschwege, Saint Hilaire e elementos da fauna regional, como Carcará. A Cerveja Paulistânia, de São Paulo-SP, constrói sua identidade visual a partir de referências históricas e urbanas da capital paulista, com rótulos que retratam pontos da cidade como Marco Zero, Interlagos, Ipiranga e Viaduto do Chá. A cervejaria Kairós, de Florianópolis-SC, também traz rótulos com referências a locais de Florianópolis como Rendeira Witbier, Ipaguaçu, Trapiche Bock, Fortalezas Tripel e Naufragados Baltic Porter.

Esses casos evidenciam que a marca pode ir além de um instrumento de diferenciação comercial e se tornar um vetor simbólico de identidade. Ao selecionar nomes, ícones visuais e matérias-primas associadas ao lugar, essas cervejarias produzem narrativas simbólicas que evocam pertencimento, valorizam a história local e projetam autenticidade. Assim, os rótulos transformam-se em espaços de memória e cultura - comunicação visual que não só impacta o produto, mas reforça vínculos emocionais e socioculturais entre a cerveja e seu público. Por meio dessas escolhas estéticas e simbólicas, o posicionamento de marca e a identidade visual se consolidam como componentes essenciais para reforçar a identidade da cerveja brasileira.

Como componente conclusivo do mapeamento de elementos imateriais, emergem as relações socioculturais que circundam o produto. A cerveja, enquanto artefato cultural, é

produzida e consumida no interior de relações sociais complexas, que envolvem tanto os vínculos estabelecidos entre produtores e fornecedores quanto os rituais e práticas coletivas mobilizadas no ato de beber. Essas relações constituem parte essencial da dimensão imaterial da cerveja, pois condicionam não apenas o modo como ela é feita, mas também como ela é percebida, partilhada e apropriada culturalmente. Ao longo de sua história, a produção e o consumo da cerveja integraram circuitos simbólicos marcados por identidade, pertencimento e formas de sociabilidade.

No âmbito das relações sociais, a valorização de redes curtas entre produtores e fornecedores tem se destacado como estratégia de reforço territorial e de sustentabilidade econômica. Parcerias diretas entre cervejeiros e agricultores familiares, por exemplo, possibilitam o acesso a ingredientes como lúpulo nacional, frutas nativas ou variedades crioulas de milho, fortalecendo a agricultura local e reduzindo a dependência de insumos importados ou padronizados pela monocultura. Conforme destaca Flack (1997), esse tipo de articulação pode ser interpretado como expressão de neolocalismo, um movimento de resistência à padronização industrial e de enraizamento da produção em contextos socioculturais específicos. Além de viabilizar produtos com identidade territorial, essas redes promovem benefícios mútuos - como geração de renda, fortalecimento de mercados locais e preservação de saberes agrícolas.

No plano do consumo, a cerveja se insere em rituais e práticas que vão muito além da ingestão da bebida. O ato de beber envolve códigos culturais, modos de sociabilidade e representações simbólicas que variam conforme o tempo, o espaço e os grupos sociais. Hábitos como beber em público, brindar ou dividir a bebida com outros são regulados por normas socialmente construídas, que refletem o processo civilizatório e a internalização de condutas coletivas (ELIAS, 1994). No contexto brasileiro, práticas associadas à boemia, à festividade e ao convívio transformam a cerveja em mediadora de relações sociais, operando como catalisadora de encontros e celebrações.

O caráter simbólico do consumo é bem documentado desde o período colonial, evidenciando que as bebidas alcoólicas desempenhavam múltiplas funções sociais, políticas e culturais entre os diferentes grupos que compunham o cenário colonial brasileiro. Para os povos indígenas, bebidas como o *cauim* estavam profundamente integradas a rituais coletivos, práticas religiosas e vínculos comunitários. Entre os africanos escravizados, o consumo de bebidas tornava mais suportáveis os “improbos e intermináveis trabalhos” (GURIAN, 2018). Já para os colonizadores europeus, o vinho e as aguardentes eram utilizados não apenas em celebrações, mas também como instrumentos militares e terapêuticos - distribuídos a soldados e prescritos contra enfermidades. Essa multiplicidade de usos revela que as bebidas não eram meramente

nutritivas ou recreativas, mas elementos centrais na construção das relações de poder e pertencimento.

Portanto, considerar as relações sociais e culturais como dimensões imateriais da cerveja implica reconhecer que tanto o fazer quanto o consumir a bebida são práticas coletivas atravessadas por valores, normas e vínculos. A cerveja é, assim, mais do que uma mercadoria: ela funciona como mediadora de vínculos sociais, ativando memórias coletivas, repertórios culturais e formas de pertencimento territorial.

Conclusão

A análise dos elementos constitutivos da cerveja - ingredientes, técnicas e relações associados - permitiu observar como práticas e escolhas produtivas articulam referências materiais e imateriais que configuram construções de identidade em torno da bebida.

A matéria-prima, por exemplo, revelou-se não apenas um componente técnico, mas um marcador simbólico de diferenciação. A escolha por insumos nativos, como frutas, ervas e madeiras, aponta para uma valorização de elementos territoriais e culturais que extrapolam a funcionalidade físico-química. Essa prática dialoga com a noção de território como construção social e simbólica (MARCUSO, 2021), na medida em que incorpora saberes locais e narrativas de pertencimento à formulação do produto final.

O uso de técnicas específicas - como fermentações mistas, envelhecimento em barris e adições não convencionais - também contribui para um afastamento dos padrões industriais e se alinha a lógicas artesanais e autorais. Essa escolha técnica é, ao mesmo tempo, uma afirmação de posicionamento no campo da produção cervejeira e um exercício de tradução cultural, na medida em que expressa valores de autenticidade, inovação e resistência à homogeneização.

Além disso, os sentidos atribuídos à bebida - tanto por produtores quanto por consumidores - revelam sua função como mediadora de experiências culturais. A cerveja artesanal aparece como vetor de expressão identitária, suporte de narrativas regionais e ativadora de memórias afetivas. Tais dimensões imateriais reforçam o entendimento da bebida como artefato cultural, situado em uma rede complexa de significados.

A partir desses resultados, observa-se que a construção de uma identidade brasileira para a cerveja artesanal não se dá pela fixação de um estilo único ou de um conjunto fechado de ingredientes, mas pela abertura a experimentações que mobilizam o território enquanto recurso simbólico, técnico e relacional. Assim, o campo cervejeiro brasileiro se configura como espaço fértil para a promoção de autenticidade, tradição e inovação, em um espaço de constante tensão entre o local e o global.

Deste modo, é possível demonstrar que a cerveja não se limita à sua composição físico-química, mas incorpora um conjunto de decisões técnicas, representações simbólicas e práticas sociais que refletem e reproduzem significados culturais. Os elementos materiais, como água, malte, lúpulo, levedura e adjuntos, revelam relações com o território e com cadeias produtivas que são resultado de escolhas técnicas, econômicas, políticas e sociais. Por sua vez, os elementos imateriais - como as técnicas empregadas, os rótulos, as estratégias de marca e os vínculos sociais do consumo - podem atuar como sistemas de significação que inscrevem a cerveja em narrativas de pertencimento e identidade. Portanto, concluímos que a cerveja é um artefato cultural complexo, capaz de articular práticas produtivas, narrativa simbólica e contexto territorial.

Referências

ABRACERVA (Associação Brasileira de Cerveja Artesanal). **Projeto Manipueira reúne mais de 50 cervejarias de 10 estados**. 2022. Disponível em: <https://abracerva.com.br/projeto-manipueira-reune-mais-de-50-cervejarias-de-10-estados/>. Acesso em: 10 maio. 2026.

AHN, Y. J.; JURAEV, Z. **Review on location theory** – From classic to modern perspectives. Sciences of Europe, n. 120, p. 11–21, 2023.

BEER JUDGE CERTIFICATION PROGRAM (BJCP). **Guia de Estilos de Cerveja** – Edição 2021. Tradução para o português. BJCP, 2021. Disponível em: <https://www.bjcp.org/wp-content/uploads/2024/03/bjcp-2021-pt-br-1.4.pdf>. Acesso em: 4 maio. 2026.

BOTTELLI, Federica. **The terroir concept for food products**: the case of the cheese market in Brazil. 2020.

BRASIL. **Decreto nº 6.871**, de 4 de junho de 2009. Regulamenta a Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 5 jun. 2009. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/decreto/d6871.htm. Acesso em: 13 maio 2026.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Instrução Normativa nº 65**, de 10 de dezembro de 2019. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 11 dez. 2019. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/instrucao-normativa-n-65-de-10-de-dezembro-de-2019-232840180>. Acesso em: 13 maio 2026.

CAMARGO, I. **Cultivo de lúpulo no Brasil passa por transição para ganhar competitividade**. Disponível em: <https://globo rural.globo.com/agricultura/noticia/2024/06/cultivo-de-lupulo-no-brasil-passa-por-transicao-para-ganhar-competitividade.ghtml>. Acesso em: 17 maio. 2026.

CAPELAS, B. **Brindando à mandioca**. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/brindando-a-mandioca/>. Acesso em: 21 abr. 2026.

CARPENTIERI-PIPOLO, V. et al. **Linha do tempo da pesquisa com cevada cervejeira no Brasil**. 2023.

DA SILVA, Gildo Almeida et al. **História e usos de leveduras**: características das leveduras isoladas para a região produtora dos vinhos de altitude de Santa Catarina. 2020.

DE ÁVILA, Rogério Andrade; DE SOUZA, Maria da Conceição Borges; DE PAULA DUTRA, Gabriel. **Influência da composição mineral da água na qualidade da cerveja**. 2022.

ELIAS, Norbert. **O processo civilizador: uma história dos costumes**. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

FAMÍLIA PAULISTÂNIA. Disponível em: https://www.paulistania.com.br/familia_paulistania. Acesso em: 17 maio. 2026.

FLACK, Wes. **American microbreweries and neolocalism**: "Ale-ing" for a sense of place. *Journal of Cultural Geography*, v. 16, n. 2, p. 37–53, 1997.

FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. **História da alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. Editora Atlas SA, 2008.

GURIAN, Gabriel Ferreira. **Bebidas e bebedores no norte do Brasil à época da conquista holandesa, 1624–1654**. 2018.

KAIRÓS CERVEJARIA. Disponível em: <https://www.cervejariakairos.com.br>. Acesso em: 17 maio. 2026.

KOB, Edgar. **Como a cerveja se tornou bebida brasileira: a história da indústria de cerveja no Brasil desde o início até 1930**. Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro, v. 161, n. 409, p. 29–58, 2000.

MARCUSSO, Eduardo Fernandes. **Da cerveja como cultura aos territórios da cerveja: uma análise multidimensional**. 403 f., Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade de Brasília, Brasília, 2021.

MASSEY, Aron D.; HIGGINS, Alanna. **Geographical connections in brewing: locating place and placelessness in beer production**. In: The Geography of Beer: Policies, Perceptions, and Place. Cham: Springer Nature Switzerland, 2023. p. 341–348.

MATTOS, Jader; BRAIDA, Frederico; NOJIMA, Vera Lúcia. **O rótulo é a cerveja: uma análise semiótica do conteúdo**. Estudos em Design, v. 24, n. 3, 2016.

MELEWAR, T. C.; SKINNER, Heather. **Territorial brand management: Beer, authenticity, and sense of place**. Journal of Business Research, v. 116, p. 680–689, 2020.

OLIVEIRA, Edvaldo; LISBOA, Gerson dos Santos; SILVA, Vinicius de Amorim. **O terroir como categoria geográfica: origem e abordagens conceituais**. Geopauta, v. 6, p. e11291, 2022.

PATTERSON, Mark; HOALST-PULLEN, Nancy. **The geography of beer: Regions, environment, and societies**. Springer Science & Business Media, 2014.

ROMERO-MEDINA, A. et al. **Renewing traditions: A sensory and chemical characterisation of mexican pigmented corn beers**. Foods, v. 9, n. 7, p. 886, 2020.

ROTOLO, Tatiana. **Notas sobre cultura e cerveja**. Revista Mangút: Conexões Gastronômicas, v. 2, n. 1, 2022.

TONGEREN, F. van. **Standards and international trade integration: a historical review of the German Reinheitsgebot**. 2011. Disponível em: <https://www.oecd.org/tad/events/47204335.pdf>. Acesso em: 16 maio. 2026.

UAIMIÍ – Cervejaria de Fazenda. Disponível em: <https://uaimii.com.br/>. Acesso em: 17 maio. 2026.

YÜ, A. P.; GUO, Z. F.; LIU, W. **Malting barley: the botanical evolution and domestication history from wild grain to brewing staple**. Triticeae Genomics and Genetics, v. 15, n. 5, p. 266–276, 2024.

ZALAZ – Cervejas, Cafés, Gastronomia e Destilados. Disponível em: <https://zalaz.com.br/>. Acesso em: 17 maio. 2026.

Sobre o/a (s) autor/a (s):

Lucas Pereira de Carvalho

Tecnólogo em Gastronomia pelo Instituto Federal de Santa Catarina - IFSC. E-mail: lucas.pc1@aluno.ifsc.edu.br

Tatiana Rotolo

Professora do Instituto Federal Catarinense (IFC), Campus Camboriú. E-mail:
tatiana.rotolo@ifc.edu.br