

Ela chegou por aqui em 1808, trazida pela família real portuguesa. Na comemoração de seu segundo centenário, se consagra como a bebida mais apreciada do Brasil

Texto Janaina Medeiros
Foto Antônio Di Ciommo



Nos navios que trouxeram Dom João VI e sua família ao Brasil há duzentos anos, lá estava ela. Acompanhando o seu ilustre apreciador, a cerveja saía do continente europeu para ser difundida na terra tupiniquim.

Notório amante da bebida, o príncipe regente Dom João saboreava os tipos mais morenos e encorpados – difundidos na Inglaterra – e, por isso, trouxe-a consigo dentro dos barris. Era a cerveja inglesa do tipo Ale: mais escura, forte e encorpada que a Lager (leve e dourada, produzida nos mosteiros alemães).

A partir daí, como só havia marcas importadas no País, a cerveja era limitada a uma pequena parcela da população. Porém, não demorou para que o príncipe se tornasse um dos principais responsáveis pela propagação da bebida no Brasil! Não tardou para que o “líquido dourado” conquistasse o paladar e o desejo empreendedor da população de fabricá-lo em território brasileiro. O seu engatinhar para o crescimento de hoje dependeu dos avanços tecnológico e industrial mundial e brasileiro.

Segundo o consultor e mestre-cervejeiro Carlos Oswaldo Hauser, de Ribeirão Preto, SP, as primeiras fábricas se instalaram no Brasil a partir de 1830, com uma produção experimental. “Quase todos os processos de fabricação de cerveja eram executados mais pelos conhecimentos práticos do que por teóricos e científicos”, conta.

Matthias Reinold, consultor e mestre-cervejeiro, de São Paulo, SP, afirma que a produção de cerveja no Brasil, no século XIX,

seguia a tecnologia existente nos países europeus. “Os equipamentos da sala de cozimento (onde se elaborava o mosto que após a fermentação se transformava em cerveja) eram de ferro ou, eventualmente, cobre. Os tanques (tonéis) de fermentação e maturação eram de madeira carvalho.”

Para aquecê-los, colocava-os diretamente na chama (proveniente da queima de madeira). “Só entre o final do século XIX e início do XX é que o aquecimento passou a ser feito a vapor”, declara Reinold, completando que após 1880 já havia a disponibilidade de máquinas frigoríficas para executar as tarefas de resfriamento do mosto e da cerveja.

A limpeza das garrafas era manual para que fossem enchidas por equipamentos artesanais. “No início, as cervejas não eram pasteurizadas. Somente após as pesquisas de Louis Pasteur (depois de 1860) é que a pasteurização passou a ser utilizada para a conservação de cerveja”, comenta Reinold. Hoje, os equipamentos são feitos de aço inoxidável, com limpeza automática, e a pasteurização confere às cervejas maior vida útil.

“As atuais salas de cozimento podem produzir enormes volumes de mosto (aproximadamente 100 a 120 mil litros por cozimento). Os tanques podem armazenar até 1 milhão de litros”, aponta Reinold. As modernas linhas de envasamento podem encher automaticamente 60 mil garrafas de 600 ml e até 120 mil latas de 350 ml por hora.

Além dos equipamentos rudimentares, a construção civil era escassa, já que o Brasil ainda estava engatinhando nesse setor. Com

isso, as fábricas, até 1910, dependiam da importação de materiais, o que dificultava manterem-nas “de pé”.

Posteriormente, foi possível conferir em demolições de fábricas antigas grandes vigas de madeira (pinho de riga) em perfeito estado de conservação, assim como barris, tinas de fermentação e tonéis de decantação, que eram manualmente revestidos internamente com breu especial e quente. “A limpeza era realizada após cada uso. Uma pessoa entrava nos tanques e limpava esfregando com água”, explica Hauser. “Nos dias de hoje, os tonéis são esterilizados automaticamente”, compara. As temperaturas são controladas por sensores. Em vez de operações manuais mecânicas, um operador sentado em frente a um computador realiza todas as tarefas.

Como as cervejas eram decantadas ou mal filtradas, continuavam a fermentar nas garrafas, formando uma pressão que jogava a rolha de cortiça para fora. “O recurso era amarrar as rolhas com barbantes”, completa Hauser. Por isso, de 1870 até o início do século seguinte, a expressão “marca barbante” foi designada à bebida.

As embalagens eram apenas garrafas de vidro simples e os rótulos tinham função mais informativa, sem tantas cores. “Porém, já continham uma série de dados informativos, como tipo de cerveja, nome e endereço da cervejaria e até, eventualmente, o número da análise da bebida, efetuada por laboratório público oficial”, explica Reinold. Atualmente, os rótulos são obrigados a apresentar mais informações, como volume, teor alcoólico,



[1] Fonte: Livro Propaganda Brasileira, Mauro Ivan Marketing Editorial, 2004, São Paulo, [2] Fonte: Acervo Carlos Quintella, [3] Fonte: Museu da Cerveja, Blumenau, SC e [4] Fonte: Museu da Cerveja, Blumenau, SC

[2] DA ESQUERDA PARA DIREITA, INFLUÊNCIA DA EUROPA NOS ANÚNCIOS DE CERVEJA; RÓTULO DA CERVEJA ANTARCTICA DA DÉCADA DE 60. ANÚNCIO DA CERVEJA BOCK ALE, LANÇADA EM 1903 PELA BRAHMA; E GARrafa COM ROLHA DE CORTIÇA, DESIGNADA “MARCA BARBANTE”



dados completos do fabricante, composição do produto, registro no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e prazo de validade.

A evolução das embalagens permitiu que a bebida fosse engarrafada e comercializada em garrafas, latas, barris e caminhões-tanque. Com o surgimento das garrafas de vidro não retornáveis (long neck) e das latas de alumínio não foi mais necessário efetuar a troca dos vasilhames no ato da compra, facilitando a comercialização em série.

De acordo com Hauser, quando a cerveja ainda era apenas uma “criança” no País, havia muita limitação de equipamentos, matérias-primas e tecnologia, os quais impossibilitavam a produção em larga escala.

Mesmo assim, foram surgindo muitas fábricas até o ano de 1888, quando apareceram as grandes indústrias. “Há historiadores que consideram que as primeiras indústrias brasileiras ‘nasceram’ em 1889, ano da Proclamação da República, e que as primeiras marcas foram Logos, Guarda Velha, Gabel, Vesosso e Olinda. Todas de curta duração”, conta Hauser.

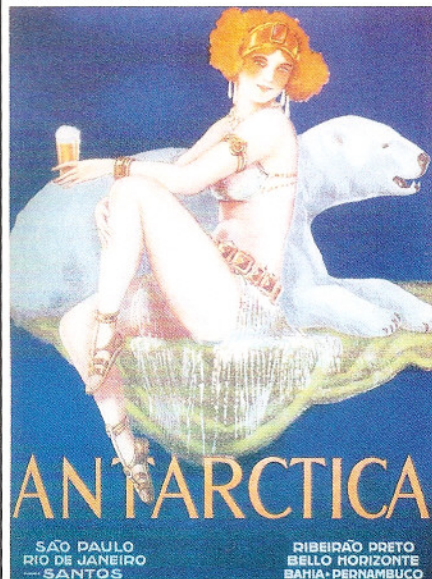
Consta também que, de 1840 a 1889, os anúncios comerciais nos jornais referiam-se exclusivamente à venda de cerveja e nunca à produção, e que a partir da década seguinte as famílias de imigrantes começaram a usar escravos e a empregar trabalhadores livres para produzir e vender cerveja.

PASSO A PASSO...

A comercialização e a distribuição estavam programadas para serem realizadas em locais próximos à indústria, devido à escassez de transportes, falta de climatização, durabilidade de produto e aos custos restritos. “No passado, quando ainda não existia a indústria de refrigeração, a produção se limitava em quantidade e qualidade durante o ano”, complementa Hauser, afirmando que a cerveja era distribuída ao mercado somente em barris. A logística e a comercialização inicial eram feitas por meio de carroças puxadas por animais. “Até mesmo carruagens, passando posteriormente para veículos como caminhões”, destaca o mestre-cervejeiro.



[1] Fonte: Acervo Waldir Rueda. [2] Fonte: Livro Propaganda Brasileira, Mauro Ivan Marketing Editorial, 2004, São Paulo. [3] Fonte: Waldir Rueda e [4] Fonte: Rocio Lima Gardeser.



ANÚNCIO DA ANTARCTICA PUBLICADO NA REVISTA SANTOS ILUSTRADA, 1903; CARTAZ DA MESMA COMPANHIA, DE INSPIRAÇÃO ALEMÃ, 1925; PROPAGANDA DA BRAHMA CHOPP, DA SANTISTA REVISTA FLAMA, 1937; DE 1950, PROMOÇÃO DA BRAHMA MALZBIER, QUE TINHA IMAGEM DE BEBIDA TÔNICA, APRECIADA POR MULHERES QUE AMAMENTAVAM



Não havia grandes depósitos para armazenagem, e normalmente estavam localizados perto das unidades fabris. Com a evolução da malha rodoviária e frotas próprias de caminhões e veículos, as fábricas expandiram gradativamente as distâncias, “até chegar ao que é hoje, com fornecimento internacional e global, devido à evolução logística, com transportes marítimos, ferroviários e aéreos”, afirma Hauser.

Com o passar dos anos, o desenvolvimento industrial e de sistemas de refrigeração propiciou a produção e a comercialização global de matérias-primas, independentemente do clima e da época. “Hoje existem amplas disponibilidade e oferta de bens de produção”, destaca Hauser. Atualmente, o Brasil só perde em volume para a China (35 bilhões de litros/ano), Estados Unidos (23,6 bilhões de litros/ano) e Alemanha (10,7 bilhões de litros/ano). Segundo o Sindicato Nacional de Indústria da Cerveja (Sindicerv), em 2007, foram produzidos 10,34 bilhões de litros. “Já rompemos a histórica barreira dos 100 milhões de hectolitros”, se admira Reinold.

De acordo com ele, o surgimento das microcervejarias (a primeira foi a Bavarium Bier Park, em Curitiba, PR, em 1986) acompanhou o movimento mundial surgido na década de 70, “em que o consumidor ansiava por produtos diferenciados.

Quanto ao mercado externo, o Brasil geralmente importou cervejas ao longo de sua história. “Os volumes exportados são insignificantes, quando comparados à produção nacional e aos tradicionais países exportadores da bebida”, opina Reinold.

Para o profissional, o mercado é promissor para as grandes e pequenas marcas, uma vez que o seu crescimento nos últimos três anos tem sido consistente.

BEBIDA EMPREENDEDORA

PRECURSORA

Oficialmente, a cerveja pioneira do Brasil é a Bohemia. Foi criada em 1853, após Henrique Kremer ter adquirido de

Henrique Leiden a Imperial Fábrica de Cerveja Nacional, fundada em 1848.

Anos depois, em 1865, com a morte de Kremer, seus herdeiros constituíram a Augusto Kremer & Cia, que existiu até os sócios se separarem, em 1876. Mas, foi somente em 1898, com a morte de Frederico Lindscheid, que estava à frente da fábrica, que sua filha Carolina e o novo sócio Guilherme Bradac criaram a Companhia Cervejaria Bohemia, na cidade de Petrópolis, RJ.

Segundo a assessoria de imprensa da Bohemia, pesquisas efetuadas no Arquivo Nacional e na Biblioteca Nacional, além de bibliografias da cidade de Petrópolis, RJ, apontam a Bohemia como a primeira fábrica e a primeira marca de cerveja no Brasil, sendo a única ainda a ser produzida atualmente pelo Grupo Antarctica, que a adquiriu em 1960.

PARA DESTACAR

Foi fundada, em 1885, a Antarctica Paulista Fábrica de Gelo e Cervejaria. Após três anos produzindo gelo e produtos alimentícios, lançou a cerveja Antarctica e, dois anos depois, mantinha 200 funcionários que produziam 40 mil hectolitros/ano da bebida.

No ano seguinte, a fábrica se transformou em sociedade anônima, com 61 acionistas, passando a se chamar Companhia Antarctica Paulista S/A.

Em 1940, com a morte dos proprietários, e sem herdeiros, a Companhia foi incorporada ao patrimônio da União e os diretores brasileiros compraram-na, inaugurando a Cia Brasileira de Bebidas e Conexas Antarctica. Em 1960, com 75 anos, a empresa já contava com crescimento 100 vezes maior, atingindo 3,9 bilhões de hectolitros/ano.

PARA DIFERENCIAR

Em 1888, o imigrante suíço Joseph Villiger resolveu abrir seu negócio começando a fazer cerveja em casa. No mesmo ano, registrou a Manufatura de Cerveja Brahma Villiger & Companhia, lançando comercialmente a Cerveja Brahma, com produção diária de 12 mil litros e 32 funcionários.

Em 1899, Villiger adquiriu a Cervejaria

Bavaria, criada seis anos antes, localizada no bairro da Mooca, em São Paulo, SP. Com isso aperfeiçoou a fabricação, importando equipamentos e patrocinando bares, restaurantes e artistas. No entanto, em 1904, a Antarctica adquiriu o controle acionário da Cervejaria Bavaria, instalando a sede do grupo.

Em 1904, nasceu a Companhia Cervejaria Brahma, resultante da fusão entre a Cervejaria Brahma e a Cervejaria Teutônia, com uma produção de chope em tonéis de 6 milhões de litros. Trinta anos depois, passou a ser engarrafada e a se chamar Brahma Chopp, alcançando 30 milhões de litros produzidos.

Em 50 anos, a Brahma já possuía seis fábricas e uma maltaria, até 1980, quando adquiriu o controle acionário das Cervejarias Reunidas Skol/Caracu. Na década seguinte, o Grupo Brahma, incluindo a Skol, passou o seu controle para o Grupo Garantia.

CRESCIMENTO

Com o crescimento das companhias, em 1999, a Antarctica Paulista e a Cervejaria Brahma comunicaram a criação da Companhia de Bebidas das Américas (AmBev), resultante da fusão de ambas. No ano seguinte, então, foi noticiado o “nascimento” da empresa, já como a quinta maior do mundo, permanecendo as marcas Brahma e Antarctica, e se associando Skol, Bohemia, Kronenbier, Caracu, Carlsberg, Miler, Polar e Serramalte. Já a Bavaria, que pertencia ao grupo, foi vendida para a canadense Molson Inc., do Canadá.

PROPAGAÇÃO

Na Europa, em 1964, foi criada a Skol, por um grupo de seis cervejarias portuguesas. Três anos depois, a empresa se associou ao grupo S (Scarpa) no Brasil, para lançar a Indústrias Reunidas Skol-Caracu S/A e a cerveja Skol Pilsen. Em 1971, a Skol colocou no mercado a primeira cerveja em lata do País, em folha de flandres, e em 1989, a primeira lata de alumínio.

Foi em 1989 que a Primo Schincariol Indústria de Cervejas e Refrigerantes S/A, localizada em Itu, SP, desde 1939, passou a produzir a sua primeira cerveja, tipo Pilsen.

No início da década de 80, em Divinópolis, MG, nasceu a Kaiser, que significa “imperador” em alemão. Luiz Otávio Possas Gonçalves, proprietário de engarrafadoras de Coca-Cola no estado mineiro, resolveu fabricar a cerveja. Arriscou todo o capital e, em nove meses, colocou no mercado a primeira garrafa. No ano seguinte, a Cervejaria Heineken, da Holanda, passou a dar assistência técnica à Kaiser.

Em 2002, a canadense Molson Inc. comprou a Kaiser e recebeu a transferência de 100% das ações da Bavaria Ltda., ficando somente com a denominação Cervejarias Kaiser Brasil S.A. Quatro anos depois, o grupo Fomento Econômico Mexicano (FEMSA) adquiriu 68% da Kaiser, deixando 15% para a Molson e 17% para a holandesa Heineken.

No ano de 1993 foi criada a Cervejaria Petrópolis, na cidade serrana do Rio de Janeiro, que lançou a cerveja Itaipava. Em 2007, adquiriu a Cervejaria Teresópolis, que havia sido inaugurada por D. Pedro II em 1882 e foi responsável pelo relançamento em 2007 da cerveja Black Princess, dos tempos do Império.



OPERÁRIOS NO SETOR DE ENGARRAFAMENTO DA CERVEJA BRAHMA CHOPP NA FÁBRICA DA CIA. CERVEJARIA BRAHMA, EM 1940; ABAIXO, EXPOSIÇÃO DE PRODUTOS DA BRAHMA COM FUNCIONÁRIOS DA COMPANHIA, NO FINAL DA DÉCADA DE 1900.