

Resenha: MARQUES, Teresa Cristina de Novaes. **A cerveja e a cidade do Rio de Janeiro**: de 1888 ao início dos anos 1930. Jundiá: Paco Editorial, 2014.

**Ellen Fonseca de Assis<sup>1</sup>**

O livro de Teresa Cristina de Novaes Marques, *A cerveja e a cidade do Rio de Janeiro: de 1888 ao início dos anos 1930*, é uma obra capaz de unir aspectos históricos, econômicos e sociais que cercaram a difusão do consumo da cerveja no país. De maneira específica, o livro também narra o processo de estabelecimento da cervejaria Brahma no ambiente cultural da cidade do Rio de Janeiro e no mercado nacional. Para tal abordagem, a autora reuniu depoimentos de pessoas envolvidas com a atividade cervejeira e informações obtidas por meio da análise de fontes primárias como: arquivos do acervo Brahma, Anais da Câmara dos Deputados e periódicos da época.

O primeiro capítulo do livro, "A Revolução Lager, Cerveja e refrigeração", direciona-se para as principais características técnicas de fabricação da cerveja. A partir desse objetivo, Marques (2014) enfatiza o pioneirismo da Grã Bretanha na transição do modo de fabricação artesanal da bebida para o método de produção industrial, de larga escala, que trazia como cenário o contexto da Revolução Industrial no séc. XVIII. Cabe destacar nesse ponto que parte dessa produção era exportada para o Brasil. O tipo da cerveja inglesa, produzida sob a organização fabril, era de alta fermentação. Como a produção desse tipo de bebida era relativamente simples e não demandava grandes montantes de capital, a cerveja inglesa que era enviada para o Brasil começou a sofrer com a concorrência da cerveja produzida pelos pequenos produtores locais, que muitas vezes era obtida a preços mais atrativos. Não obstante, a questão central nesse capítulo é apresentar ao leitor o grande ponto de inflexão da história da indústria de bebidas: o desenvolvimento das tecnologias de refrigeração. Dessa maneira, a partir de equipamentos para resfriamento e armazenamento da bebida, foi possível fabricar a cerveja de baixa fermentação. De sabor mais leve, esse tipo de bebida caía cada vez mais no gosto do consumidor brasileiro,

O método de produção da bebida em sistemas refrigerados significou uma revolução sem precedentes ao viabilizar a produção de cerveja de baixa fermentação em países tropicais como o Brasil. Antes da chegada desses equipamentos o consumidor brasileiro só tinha acesso a cervejas de baixa fermentação por meio da importação do produto da Alemanha. Embora a adoção da produção da bebida em baixas temperaturas representasse a necessidade de

---

<sup>1</sup> Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Gestão Pública e Sociedade (PPGPS) da Universidade Federal de Alenas (Unifal-MG).

altos níveis de investimento, foi o pioneirismo da produção da cerveja de baixa fermentação que permitiu o crescimento e a consolidação da Brahma e da Antarctica no mercado brasileiro. Para ilustrar o nível de alcance dessas cervejarias, Suzigan (2000, p. 235) afirmou que nas estatísticas de 1907, juntamente com a Fábrica de Cerveja Paraense, a Brahma e Antarctica já controlavam mais de 50% do mercado e detinham 61,9% do capital da indústria de cerveja. Dada a importância dessas cervejarias no Brasil, no capítulo 2, Marques (2014) narra o contexto cultural e econômico que cercou o início da Antarctica em São Paulo e da Brahma no Rio de Janeiro. As duas empresas, constituídas no ano de 1888, migraram para a fabricação de cerveja de baixa fermentação em 1891 e 1896, respectivamente.

A partir de um mercado com características oligopolistas e com o objetivo de conter a concorrência entre as cervejarias de baixa fermentação, Marques (2014) narra no terceiro capítulo de seu livro, "Expansão e concorrência", a tentativa de formação de um cartel nacional entre as cervejarias em 1903. A formação desse cartel, então liderado pela Companhia Antarctica Paulista, tinha como objetivo definir critérios para expansão da capacidade de produção e formação de preços das bebidas.

Ainda em relação à representação dos interesses das cervejarias, no quarto capítulo, Marques (2014) enfatiza o modo de articulação dessas empresas junto ao poder Legislativo e Executivo na tentativa de influenciar a formulação de diretrizes contra os pequenos produtores de cerveja de alta fermentação. Além disso, essas empresas tentavam barrar as recorrentes tentativas de aumentos de impostos de consumo sobre as bebidas, que incidiam mais fortemente sobre as cervejas de baixa fermentação, representando uma diferença de 20% na tributação em relação às cervejas de alta fermentação.

O início do quinto capítulo do livro, "A cerveja e o Rio de Janeiro", remonta os ambientes de lazer da cidade no início do século XX e se concentra em narrar o modo de consumo da bebida, inserida nos hábitos de vida da população urbana carioca. A autora destaca que a região do centro era o ponto mais dinâmico da cidade, onde tanto as fábricas quanto os ambientes de consumo de bebidas alcoólicas se concentravam. Nesse contexto, era comum o consumo de cervejas de alta fermentação, também conhecida como cerveja barbante, e aguardente. Dessa maneira, embora o mercado de cervejas de baixa fermentação apresentasse alto nível de concentração, a concorrência das grandes cervejarias com as bebidas de menor preço, produzidas pelos pequenos produtores, se manteve presente ao longo dos anos. A explicação para esse convívio é evidenciado pela autora:

Mesmo pretendendo alcançar o mercado de consumidores de cervejas similares às estrangeiras e, desse modo, com preços mais

elevados, a verdade é que cervejarias de baixa fermentação não desprezavam o mercado popular. Este só não era maior porque a renda dos trabalhadores era pequena. Ainda assim, proliferavam pela freguesia do centro cervejarias de alta fermentação que disputavam entre si, e com as grandes fábricas, a preferência do consumidor popular (MARQUES, 2014, p. 126).

No sexto capítulo do livro, "A Brahma e a Guerra", Marques (2014) discorre sobre as consequências da Primeira Guerra Mundial sobre as cervejarias do país, mais especificamente sobre a Brahma. A abordagem da autora sobre esse período é justificável, visto que ele representou a interrupção de um fluxo contínuo de expansão do mercado consumidor e de sucessivos investimentos na produção de bebidas, observado desde o fim do século XIX. Nesse sentido, de 1914 até 1917 a redução nas vendas da empresa era significativa, apresentando uma queda acumulada de cerca de 47%. Por outro lado, além dos fatores econômicos, o capítulo aborda as dificuldades políticas enfrentadas pela Brahma nesse período. A partir do receio de sofrer retaliações pela constituição de seu capital, em parte de origem alemã, a empresa buscava afirmar sua identidade como empresa nacional. Dessa maneira, para disfarçar suas raízes germânicas, "[...] J. Künning se afastou simbolicamente da Presidência da Brahma e deu lugar a uma Diretoria composta por brasileiros. Assumiu a Presidência o advogado Ulisses Vianna Filho, ligado ao banco *Brasilianische*" (MARQUES, 2014, p.207).

O sétimo capítulo do livro, "A campanha pró-temperança e a Festa da Penha: A cerveja se firma no imaginário carioca", discute como o consumo da cerveja se situou em um ambiente onde os efeitos nocivos do álcool passaram a ser debatidos com mais intensidade pela imprensa e autoridades de saúde. A partir dessa perspectiva, Marques (2014) explica como no Brasil a campanha pró-temperança traçou um caminho peculiar, evidenciando questões intimamente ligadas ao preconceito em relação aos hábitos de consumo da população mais pobre e mestiça. Por conseguinte, o movimento pró-temperança se concentrou em destacar os efeitos negativos do consumo de aguardente. A cerveja, por outro lado, promovida pelos investimentos em propaganda das cervejarias, era conhecida por apresentar um menor teor alcoólico, tornando-se um ícone da modernidade.

Ainda em relação ao contexto social no qual o consumo e a produção de cerveja estavam inseridos, o oitavo capítulo do livro, "Trabalho e contestação", evidencia as situações de conflito entre os trabalhadores e empresários das cervejarias. De maneira específica, Marques (2014) ressalta que as relações de trabalho eram uma questão especialmente relevante para a Brahma, visto que a empresa era a maior empregadora industrial do ramo alimentício da capital federal.

O último capítulo do livro, "Investimento, inovação e imagem", aborda o período do Pós-guerra entre 1919 e 1929 e as estratégias de venda e investimentos da

Brahma, assim como descreve o processo de recuperação de seus lucros e consequente aumento de retorno aos acionistas da companhia. Como parte da estratégia de recuperação da Brahma, Marques (2014) também cita o direcionamento da empresa para a promoção de linhas de cerveja de menor custo, como a decisão pelo relançamento da marca ABC. Essa nova linha, fabricada nos moldes das cervejas de alta fermentação, apresentava como vantagem a possibilidade de estar submetida a menores impostos de consumo se comparada à cerveja de baixa fermentação. Essa característica contribuiu para a redução de seu preço e consequentemente atribuiu maior competitividade do produto no mercado. Nesse capítulo, a autora também comenta o polêmico lançamento da Brahma Chopp no fim da década de 1920. Esse novo produto, embora tivesse suas características contestadas, representou uma grande jogada de marketing para a empresa em um momento de crise econômica.

Ao oferecer uma leitura fluida e interessante, o livro de Teresa Marques, não se limita a explicar os aspectos técnicos da produção da cerveja e da chegada das novas cervejarias. Muito mais do que isso, essa obra é capaz de trazer o leitor para o fim do século XIX, narrando a inserção da cerveja na cultura e nos hábitos da população carioca, além de permitir a compreensão da trajetória traçada por essa bebida de consumo tão difundido no país. Sua abordagem em relação à história das grandes cervejarias ultrapassa o glamour de uma bebida ora conhecida como símbolo da urbanização, modernidade e sofisticação. De maneira oportuna, o livro oferece um amplo panorama de análise, visto que também não ignora os preconceitos sociais que estiveram presentes no contexto da consolidação da cerveja nos hábitos de consumo da população brasileira.

## Referências

MARQUES, Teresa Cristina de Novaes. **A cerveja e a cidade do Rio de Janeiro: De 1888 ao início dos anos 1930**. Jundiaí: Paco Editorial, 2014.

SUZIGAN, Wilson. **Indústria brasileira: origem e desenvolvimento**. São Paulo: Hucitec, 2000.