

Economia e cultura da cerveja: uma “paixão nacional” nos fluxos do mercado global

Matheus da Costa Lavinsky

Orientador: Prof. Dr. Edson Silva de Farias

Curso: Mestrado em Sociologia

Data da defesa: 31.08.2017

Atualmente, o homem mais rico do Brasil é o empresário Jorge Paulo Lemann, um dos principais sócios da AB Inbev, conglomerado transnacional hoje responsável pela venda de uma em cada três cervejas no mundo. Resultante de uma série de fusões que englobam principalmente uma empresa brasileira, uma belga e uma estadunidense, a AB Inbev é hoje uma das maiores empresas produtoras de bens de consumo do capitalismo global, cujo marco inicial, do ponto de vista brasileiro, está na fusão entre as cervejarias Brahma e Antarctica, concorrentes desde fins do século XIX. As disputas históricas entre essas duas cervejarias são responsáveis em grande medida pela formação, consolidação e expansão do setor no país, o que, por extensão, em compasso com a industrialização das bases produtivas nacionais, acompanha o modelamento de práticas especificamente modernas de lazer, entretenimento e sociabilidade no Brasil. É a partir desse fio condutor que tentamos, neste trabalho, propor uma via mais específica para o entendimento de alguns dos processos relativos à instalação de uma economia e um modo de vida moderno-industrial no país, ao lado das transformações de práticas e costumes implicados no desenvolvimento da indústria cervejeira no Brasil. Para tanto, este trabalho se propõe a avançar sobre uma compreensão conceitual do consumo de cerveja, tomando-a, simultaneamente, como objeto de processos socioeconômicos, culturais e bioquímicos de consumo, situados social e historicamente; a passar em revista a trajetória sócio-histórica por meio da qual a cerveja se constitui como objeto de consumo integrante das práticas socioculturais referidas ao lazer e à diversão no Brasil; a tratar dos significados assumidos para o seu uso, principalmente sob o registro das práticas, expressões e símbolos identificados como nacionais; e a analisar como se dão os processos discursivos relativos a estes elementos em um dos principais veículos de comunicação impressos do país: a revista *Veja*. Ao tratar da imersão da indústria da cerveja na vida nacional, temos em vista um esforço

simultâneo no sentido de entender como esse setor se torna tão expressivo globalmente.

Palavras-chave: modernização, globalização, lazer, bebidas alcoólicas, cerveja.