UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
NÚCLEO DE TECNOLOGIA EDUCACIONAL PARA A SAÚDE

RENATA DA SILVA MONTEIRO

DO MITO DIONISÍACO À INDÚSTRIA CULTURAL DA CERVEJA:
ciência e tecnologia na formação do gosto

RIO DE JANEIRO
2017

RENATA DA SILVA MONTEIRO

DO MITO DIONISÍACO À INDÚSTRIA CULTURAL DA CERVEJA:

ciência e tecnologia na formação do gosto

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação em Ciências e Saúde da Universidade Federal do Rio de Janeiro como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Doutora em Educação em Ciências e Saúde.

Orientadora: Profa. Dra. Guaracira Gouvêa de Sousa

Rio de Janeiro

2017

M775d Monteiro, Renata da Silva

Do mito dionisíaco à indústria cultural da cerveja: ciência e tecnologia na formação do gosto. / Renata da Silva Monteiro. - Rio de Janeiro: UFRJ, 2017.
233 f.: Il. color.; 30 cm.

Orientadora: Guaracira Gouvêa de Sousa.

Tese (Doutorado) Universidade Federal do Rio de Janeiro, Núcleo de Tecnologia Educacional para a Saúde , 2017.

Bibliografia: f. 224 - 233.

1.Indústria cultural. 2.Educação sobre drogas. 3. Tecnologia Educacional em Saúde - Tese. I. Sousa , Guaracira Gouvêa. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Núcleo de Tecnologia Educacional para a Saúde. III. Título.

Renata da Silva Monteiro

DO MITO DIONISÍACO À INDÚSTRIA CULTURAL DA CERVEJA:

ciência e tecnologia na formação do gosto

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação em Ciências e Saúde, Núcleo de Tecnologia Educacional para a Saúde, Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do Título de Doutor em Educação em Ciências e Saúde.

Aprovado em:

_____

Presidenta: Profa. Dra. Guaracira Gouvêa de Sousa – PPGECS/UFRJ

_____

Profa. Dra. Isabel Gomes Rodrigues Martins – PPGECS/UFRJ

_____

Profa. Dra. Carmem Irene Correia de Oliveira – PPGE/UNIRIO

_____

Profa. Dra. Maria Cláudia da Veiga Soares Carvalho – INJC/UFRJ

_____

Prof. Dr. Martinho Braga Batista e Silva – IMS/UERJ

Dedico esse trabalho aos que transcendem as fronteiras dos interditos que limitam as diferentes formas de ser (a)gente no mundo.

Ao Deus Dioniso!

AGRADECIMENTOS

Agradeço à professora Guaracira por ter acreditado em mim desde o mestrado e por ter acolhido minhas descobertas me incentivando a *ser mais*. Eu diria a Charles Snow que no século XXI ainda existem aqueles que transitam entre as duas culturas não apartadas na sabedoria de um grande mestre, *gracias a la vida*!

Às professoras e aos professores que participaram da colcha de retalhos dessa tese, fazendo dessa jornada uma grata oportunidade de trans-ver o mundo.

Às amigas e aos amigos do Nutes pelo crescimento conjunto.

Às amigas e aos amigos do Instituto de Nutrição Josué de Castro, onde as sinuosas escolhas profissionais e acadêmicas se encontraram.

À minha mãe Sônia e ao meu irmão Bruno.

À Mônica, fonte de inspiração afetiva, intelectual e ética.

Ao Gregory Magalhães pela cooperação na revisão.

À Giulia Panno pela realização da arte dessa tese.

Aos profissionais, monitoras e monitores do Centro de Experiência Cervejeira da Bohemia.

Ao amigo Adilson Santos *in memorian.*

Aos meus melhores amigos Fábio, Ulisses e Valentina.

A todxs amigxs queridxs com quem compartilho as experiências de ser (a)gente no mundo.

Pero, quizás, un día,
antes de que la tierra se canse de atraernos
y brindarnos su seno,
el cerebro les sirva para sentirse humanos,
ser hombres,
ser mujeres,
-no cajas de caudales,
ni perchas desoladas-,
someter a las ruedas,
impedir que nos maten,
comprobar que la vida se arranca y despedaza
los chalecos de fuerza de todos los sistemas;
y descubrir, de nuevo, que todas las riquezas
se encuentran en nosotros y no bajo la tierra.

Oliverio Girondo, *Lo que esperamos*
Buenos Aires, 1942.

RESUMO

MONTEIRO, Renata da Silva. **Do mito dionisíaco à indústria cultural da cerveja**: ciência e tecnologia na formação do gosto. 2017. 230 f. Tese (Doutorado em Educação em Ciências e Saúde) – Núcleo de Tecnologia Educacional para a Saúde, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

A dimensão ideológica do mito e do esclarecimento que incide sobre a ruptura entre natureza e cultura e entre corpo e mente atua na configuração do gosto que, enquanto um saber-sabor, se apresenta desde a origem da racionalidade ocidental como um *logos* da distinção que reitera a dominação. Assim, partimos da teoria crítica, situados na educação em ciências e saúde, a fim de problematizar o mito e o esclarecimento nas estratégias da indústria cultural no universo dos museus e centros de ciência e tecnologia no Brasil. A pesquisa foi realizada no Centro de Experiência Cervejeira da Bohemia e utiliza a análise do conteúdo de dados advindos de imagens, textos e vídeos das salas de exposição, bem como observações da pesquisa de campo. Nos capítulos, realizamos recortes sócio-históricos a fim de sublinhar as transformações do lugar valorativo que as bebidas, sobretudo alcoólicas, adquirem na cultura ao longo dos processos sociais, o que tange à embriaguez. O objetivo principal se refere a analisar as estratégias da indústria cultural na significação da ciência e tecnologia e sua relação com a formação do gosto e do *habitus* em torno do consumo de produtos que confiram a distinção. Os resultados apontam para a construção de uma elaboração discursiva que aciona elementos da ciência e tecnologia e dos saberes técnico-científicos na medida em que justifiquem juízos de gostos que sirvam à distinção da marca de cerveja Bohemia, ocultando as contradições socioeconômicas que dão sentido às práticas e aos repertórios que configuram o *habitus*. Dessa forma, as limitações desse espaço na educação em ciências se apresentam na finalidade da lógica produtivista voltada à formação de um público consumidor, o que não se traduz em cultura científica. A ausência de uma abordagem sobre a cerveja enquanto droga nas salas de exposição coloca em questão a dimensão ética das ações formais da Ambev, ao não abordar os riscos inerentes ao consumo de seus produtos. Como desdobramento, a análise da cartilha *Papo em família* da Ambev, distribuída no local, aponta para a elaboração de um discurso que pouco contribui à educação sobre drogas na perspectiva da educação para autonomia e da redução de danos – o que diz respeito aos tensionamentos sobre os dispositivos médico-legais que restringem, embora alimentem, as ações da indústria da cerveja que produz, informa e faz circular apenas o que contribua direta ou indiretamente à acumulação do capital.

Palavras-chave: Museus de Ciência e Tecnologia. Esclarecimento e mito. Indústria cultural. *Habitus*. Gosto. Educação sobre drogas. Bebidas alcoólicas. Cerveja.

ABSTRACT

MONTEIRO, Renata da Silva. **Do mito dionisíaco à indústria cultural da cerveja**: ciência e tecnologia na formação do gosto. 2017. 230 f. Tese (Doutorado em Educação em Ciências e Saúde) – Núcleo de Tecnologia Educacional para a Saúde, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

The ideological dimension of the myth and the enlightenment that focuses on the rupture between nature and culture and between body and mind acts in the configuration of taste that, as a taste-knowledge, presents itself since the origin of Western rationality as a *logos* of the distinction that reiterates Domination. Thus, we start from the critical theory, positioned in science and health education, in order to problematize the myth and the clarification in the strategies of the cultural industry in the universe of museums and centers of science and technology in Brazil. The research, conducted at the Bohemia Brewery Experience Center, used the analysis of the data content derived from images, texts and videos of the exhibition rooms, as well as observations of the field research. In the chapters, we make socio-historical delimitations in order to underline the transformations of the value place that drinks, especially alcoholic ones, acquire in the culture along the social processes, which is related to drunkenness. The main objective is to analyze the strategies of the cultural industry in the meaning of science and technology and its relation to the formation of taste and *habitus* around the consumption of products that confer the distinction. The results point to the construction of a discursive elaboration that activates elements of science and technology and technical-scientific knowledge insofar as they justify judgments of tastes that serve to distinguish the brand of Bohemia beer, concealing the socioeconomic contradictions that give meaning to the practices and to the repertoires that configure the *habitus*. Thus, the limitations of this space in science education are presented in the purpose of the productivist logic aimed at the formation of a consumer public, which does not translate into the scientific culture. The absence of an approach to beer as a drug in the showrooms calls into question the ethical dimension of Ambev's formal actions by not addressing the risks inherent in the consumption of its products. As a result, the analysis of Ambev's booklet *Family chat*, distributed locally, points to the elaboration of a discourse that contributes little to drug education in the perspective of education for autonomy and harm reduction - which concerns tensions over the medical-legal devices that restrain, albeit nourishing, the actions of the beer industry that produces, informs and circulates only what contributes directly or indirectly to the accumulation of capital.

Keywords: Science and Technology Museums.Enlightenment and myth. Cultural industry. *Habitus*. Taste.Drug education. Alcoholic drinks.Beer

FIGURAS

Figura 1. Tipo de bebidas x classe socioeconômica. 79
Figura 2. Drogas e tipos de uso. 104
Figura 3. Dependência de drogas no Brasil 104
Figura 4. Entrada da Sala Saga da Cerveja 133
Figura 5. Os Romanos 136
Figura 6. Trecho das tavernas e dos brasões medievais 140
Figura 7. Aparato dos brasões medievais. 142
Figura 8. Trecho da Idade Moderna. 144
Figura 9. Trecho da Idade Contemporânea 148
Figura 10. Trecho da produção em série. 150
Figura 11. Produção de cerveja na fábrica da Bohemia 153
Figura 12. Entrada da Sala do Mestre Cervejeiro 155
Figura 13. Objeto da exposição 156
Figura 14. Objetos de Ciência e Tecnologia. 156
Figura 15. Trecho da Sala do Mestre do Mestre Cervejeiro I. 157
Figura 16. Trecho da Sala do Mestre Cervejeiro II 163
Figura 17. Árvore genealógica da Família Kremer 164
Figura 18. Sala dos Ingredientes (água). 167
Figura 19. Sala dos Ingredientes (Malte). 170
Figura 20. Sala dos Ingredientes (Malteação). 171
Figura 21. Sala dos Ingredientes (Jogo do Lúpulo I) 173
Figura 22. Sala dos Ingredientes (Jogo do lúpulo II) 175
Figura 23. Sala da Alquimia. 178
Figura 24. Trecho da Sala da Transformação 182
Figura 25. Bohemia da Fonte 185
Figura 26. Envase e Distribuição 192
Figura 27. Trecho da Envase e Distribuição. 193
Figura 28. Sala do Ritual (o bar). 194
Figura 29. Painel da Sala do Ritual (painel das variantes de Bohemia) 196
Figura 30. Cartilha Papo em Família 209

LISTA DE SIGLAS E ABREVEATURAS

AMBEV: Companhia de bebidas das Américas

ABRACERVA: Associação Brasileira de Cerveja Artesanal

ALE: cerveja de alta fermentação

BJCP: *Beer Judge Certification Program*

C&T: ciência e tecnologia

CTS: pensamento ciência, tecnologia e sociedade de educação em ciências

CECB: Centro de Experiência Cervejeira da Bohemia

ECA: Estatuto da Criança e do Adolescente

ICOM: Conselho Internacional de Museus

ITCs: infotelecomunicações

LAGER: cerveja de baixa fermentação

MCCT: museus e centros de ciência e tecnologia

RD: redução de danos

OMS: Organização Mundial de Saúde

SINDCERV: Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja

SUMÁRIO

1 **INTRODUÇÃO** 13

2 **MITO E ESCLARECIMENTO: DO MITO DIONISÍACO À TEMPERANÇA DA EDUCAÇÃO APOLÍNEA** 16

2.1 BEBIDAS ALCOÓLICAS EM UMA MIRÍADE DE MITOS..... . 17

2.2 O MITO E O ESCLARECIMENTO NA TEORIA DE ADORNO E HORKHEIMER..... 23

2.3 DIONISO: FRAGMENTOS INTEMPERANTES DE UM MITO..... 28

2.4 A DESDIONIZAÇÃO DO MITO E A EDUCAÇÃO APOLÍNEA: A PARTILHA..... . 36

3 **O LOGOS DA DISTINÇÃO: A DISPOSIÇÃO INCORPORADA E INTERCORPÓREA DO *HABITUS* E DO GOSTO** 47

3.1 O CHOQUE ENTRE CULTURAS: ALIMENTAÇÃO COMO SIGNO DA DIFERENÇA..... 48

3.2 A "CADEIA DO SER": DO LOGOS DA DIETÉTICA AO LOGOS DE ALCOVA..... 54

3.3 FRAGMENTOS TEÓRICOS DO *HABITUS* EM BOURDIEU: NOTAS SOBRE O GOSTO..... 59

3.4 O GOSTO DO PARAÍSO INDUSTRIAL: A SOBRIEDADE DO CAFÉ E A EMBRIAGUEZ DAS MASSAS..... 62

4 **DO CAUIM AO GOSTO PELA CERVEJA INDUSTRIAL NA INDÚSTRIA CULTURAL: A PROPAGANDA E A EDUCAÇÃO SOBRE DROGAS**.....70

4.1 CAUINAGENS: A APRENDIZAGEM SOCIOEDUCATIVA E O ESCLARECIMENTO JESUÍTICO.....71

4.2 DO VAZIO ETÍLICO AO GOSTO PELA CERVEJA: ALGUMAS INDAGAÇÕES..... 77

4.3 A CONVERSÃO TECNOLÓGICA E A LÓGICA PRODUTIVISTA: A INDÚSTRIA DA CERVEJA..... . 83

4.4 PRÓ-TEMPERANÇA E O DISPOSITIVO MÉDICO-LEGAL: O GOSTO NA GEOGRAFIA DO LAZER..... . 86

4.5 A CERVEJARIA INDUSTRIAL NA INDÚSTRIA CULTURAL: O MAIS DO MESMO..... . 91

4.5.1 **A regulamentação de propaganda: o dispositivo da cerveja** 97

4.6 EDUCAÇÃO EM SAÚDE: EDUCAÇÃO PARA AUTONOMIA NA EDUCAÇÃO SOBRE DROGAS.....101

5 **A MISTURA DOS INGREDIENTES NA RECEITA DA PESQUISA: A CERVEJA E OS MUSEUS DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA** 110

5.1 A ANÁLISE DAS SALAS DE EXPOSIÇÃO DO CECB: QUESTÕES DE PESQUISA.....116

5.2 A AMBEV E O CECB: O CONTEXTO DE QUEM SE PRONUNCIA NO DISCURSO..... 124

5.3 ANÁLISE DOS DADOS: O DISCURSO DAS SALAS DE EXPOSIÇÃO DO CECB..... 131

5.3.1 **Sala saga da cerveja**.....131

5.3.1.3 A pureza da cerveja europeia e o ocultamento das bebidas nativas 144

5.3.2 **Sala do mestre cervejeiro** 154

5.3.3 **Sala dos ingredientes** 165

5.3.4 **Sala da alquimia** 177

5.3.5 **Sala da transformação**.....181

5.3.6 **Sala do ritual** 191

5.4 A CARTILHA: PARA ALÉM DO BRINDE, O FIM DA BRINCADEIRA..... 198

5.4.1 **Por que os jovens não devem beber**? 202

5.4.2 **A educação para autonomia e o dispositivo médico-legal: o paradoxo da cerveja**.....206

6 **CONSIDERAÇÕES FINAIS**.....215

7 **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS** 225

1 INTRODUÇÃO

No contexto do iluminismo, surgiram os museus de ciência e tecnologia (C&T) como conhecemos atualmente. Eles acompanharam e acompanham as transformações no modo de pensar e de fazer ciência na sociedade. Esses espaços foram profundamente influenciados pelo *logos* do esclarecimento que se apresenta em sua forma mais acabada na ciência positivista, sendo considerado como uma nova forma de dominação por Adorno e Horkheimer, pois, ao se contrapor aos mitos por meio um processo dialético, se apresentaria sob uma roupagem mítica. Partimos, então, da teoria crítica para pensar os usos das bebidas alcoólicas, iniciando com a desdionização do mito dionisíaco pelo esclarecimento na civilização grega. Sugerimos pensar esse movimento como um marco inicial ou intermediário da configuração da racionalidade ocidental que, ao divisar natureza e cultura, o que possui relação com a técnica e com o trabalho, o esclarecimento promove também a ruptura entre mente e corpo, contrapondo e sobrepondo o primeiro ao segundo nos ideais da temperança apolínea, mais tarde incorporadas às virtudes do cristianismo.

Assim, tomamos o esclarecimento como uma forma de racionalidade – *logos* –, que se apresenta como o que contribui para que o vinho, a exemplo de demandar técnicas da agricultura, adquira o status de signo de civilização e de distinção, tanto na ruptura entre natureza e cultura na configuração do conhecimento técnico-científico, quanto no que se refere aos aspectos éticos e morais em que o esclarecimento atua na configuração da percepção da embriaguez, ou seja, do que ocorre quando se tornam menos nítidas as fronteiras entre corpo e mente.

A dimensão da cerveja enquanto droga surge a partir de uma demanda do campo de pesquisa que se desenvolve no Centro de Experiência Cervejeira da Bohemia (CECB), que tem a cerveja como o tema significado nas salas de exposição. A cerveja é uma bebida alcoólica fermentada que remonta a usos que deram origem a uma miríade de mitos e ritos devidos, sobretudo à capacidade de alcançar estados alterados de consciência através da embriaguez. O interesse pelas bebidas se refere ainda à busca por uma resposta a inquietações que surgiram ao lecionar a disciplina de Café, bares e bebidas do Curso de Gastronomia do Instituto de Nutrição Josué de Castro da UFRJ, uma vez que abordá-las requer pensar não apenas a aprendizagem de conhecimentos técnico-científicos, como preencher uma ficha de degustação de vinhos, mas também uma abordagem que contemple a educação sobre drogas nos usos das bebidas alcoólicas.

No mestrado, pesquisamos as relações entre ciência, tecnologia e sociedade (CTS) nos museus de C&T, de modo que tomamos como campo de pesquisa um espaço que, embora não se intitule como museu, apresenta características que nos permitem considerá-lo como um museu e centro de C&T de características híbridas, como apontamos em uma discussão preliminar desse doutoramento, cujos resultados foram publicados na *Revista Alexandria de Educação em Ciência e Tecnologia*. O CECB surge, assim, como um campo de pesquisa que nos permite amadurecer questões sobre os museus de C&T na educação em ciências, ao mesmo tempo em que nos aproxima de um tema desafiador na atuação profissional. Entendemos as bebidas, sobretudo as fermentadas, enquanto alimentos, embora não sejam apenas alimentos, uma vez que acionam a dimensão da embriaguez, o que nos coloca diante da necessidade de problematizar os seus usos na educação em saúde no que se refere à educação sobre drogas, o que propomos pensar a partir da educação para autonomia de base freiriana.

A cerveja pode ser entendida como uma bebida produzida a partir da cevada, cujo registro dos primeiros usos remonta às civilizações pré-históricas da Mesopotâmia, sendo amplamente produzida e utilizada pelos povos da Europa nórdica e central ao longo da Idade Média. A cerveja europeia chega ao Brasil no período moderno por meio das navegações quando os povos nativos tupinambás produziam o cauim consumido nos rituais das cauinagens ou beberagens, cuja extinção se apresentou como uma condição para o sucesso da missão jesuítica no país. Inicialmente importada, a cerveja passa a ser consumida de forma mais significativa a partir do processo de conversão tecnológica que ocorre paralelamente à expansão das primeiras cervejarias industriais, levando à configuração de um mercado oligopolizado e concentrado na produção de um tipo de cerveja tida, não raro, como a expressão da alma do gosto brasileiro. Atualmente, o Brasil importa cerca de um terço da cevada, principal matéria-prima da cerveja, a fim de suprir a demanda de produção daquela que se tornou a bebida alcoólica mais consumida no país, o que nos leva a problematizar se o gosto pela cerveja seria inato ao paladar do brasileiro ou o resultado de um intrincado processo social no qual se forma o gosto, o que nos faz indagar sobre as forças implicadas nesse processo.

No Brasil, os esforços pela institucionalização dos museus de C&T surgem associados às iniciativas públicas, de modo que o CECB pertence à Ambev, uma empresa privada de capital aberto e internacionalizado. Como líder no mercado brasileiro, a Ambev tem se destacado pelos investimentos em C&T, como no caso da construção de uma unidade de pesquisa no Parque Tecnológico da UFRJ, destinando

ainda significativos investimentos à propaganda de cervejas de massa, o que ocorre no contexto da indústria cultural. Nosso campo de pesquisa, portanto, se refere a um empreendimento que, embora tenha recebido apoio de leis de incentivo à cultura, pertence a uma empresa que produz C&T no contexto da lógica produtivista do capital e que aciona elementos de C&T na elaboração de um discurso sobre cerveja e sobre a marca Bohemia, o que consideramos um problema para a educação em ciências e saúde na medida em que esse acionamento aponta para utilização de estratégias da indústria cultural. Assim, sugerimos que a natureza desse espaço diz respeito a uma iniciativa diferenciada e ao mesmo tempo abrigada no universo dos museus de C&T, cujas estratégias de significação propomos investigar a partir da análise do conteúdo das salas de exposição do CECB e da cartilha da Ambev sobre bebidas alcoólicas, distribuída aos responsáveis de menores de 18 anos em visita ao local.

Dessa forma, nossa principal hipótese explicativa se refere à construção de uma elaboração discursiva sobre C&T de cunho ideológico que articula elementos do mito e do esclarecimento na perspectiva do *logos* da distinção e da lógica produtivista, a fim de justificar o gosto e o *habitus* de consumo por cervejas especiais da marca Bohemia, ocultando as contradições socioeconômicas que atuam nessa configuração. Nesse sentido, nos capítulos teóricos, propomos problematizar as contradições socioeconômicas e o lugar valorativo que as bebidas e seus usos adquirem na cultura enquanto signo da diferença, bem como situar algumas transformações que ocorrem em processos sociais de longa duração. Para isso, optamos por realizar recortes sócio-históricos que possibilitassem observar de forma panorâmica a configuração de *habitus* e de agenciamentos coletivos em torno dos usos das bebidas, o que nos leva a problematizar os dispositivos médico-legais que incidem sobre esse uso. Nesse percurso, o convidamos para um passeio etílico iniciando no mito dionisíaco até chegarmos à indústria cultural da cerveja no Brasil, em que sublinhamos as implicações da C&T quando associada ao capital na captura e na formação do gosto. Saúde!

2 MITO E ESCLARECIMENTO: DO MITO DIONISÍACO À TEMPERANÇA DA EDUCAÇÃO APOLÍNEA



Giulia Panno.

Neste capítulo, apresentamos aspectos mais gerais, simbólicos e materiais dos usos das bebidas alcoólicas pelos povos das primeiras civilizações, sinalizando sua centralidade, bem como a alimentação (sabor) como um imperativo utilitário inalienável por sua intrínseca relação com o trabalho e a técnica (saber), que daria origem à dupla acepção do termo gosto (sabor/saber), o que aprofundamos nos capítulos seguintes.

Apresentamos a teoria do mito e do esclarecimento de Adorno e Horkheimer (1985), acionando a teoria crítica para compreender a transformação do mito em esclarecimento, que ocorre por meio de um processo social de construção de um *logos* educativo apolíneo. Para isso, buscamos desnaturalizar a ideia da temperança como atemporal, apresentando-a como uma espécie de marco inicial ou intermediário da passagem do mito para o esclarecimento, situada em determinado contexto histórico da *pólis* grega.

Assim, apontamos a existência de fragmentos míticos do esclarecimento na constituição de uma cosmologia ocidental. A cisão entre natureza e cultura se apresenta por meio da partilha entre corpo e mente, ou entre corpo e espírito, o que entendemos como uma fonte de angústia mítica para o esclarecimento e que diz respeito a um desafio de ordem ontológica e epistemológica para a compreensão do que acontece na experiência dos interstícios, como dadas pela embriaguez, que não se esgota nem de um lado nem de outro da partilha, uma vez que se localiza justo onde se entrelaçam suas fronteiras. Nesse sentido, trazemos breves apontamentos acerca do uso de drogas, nos quais se incluem as bebidas alcoólicas a fim de sugerir certa origem esclarecida de critérios éticos e morais de avaliação da vida em extensão, contrapostos e sobrepostos a uma vida vivida em intensidade. Esse fato, desconsidera as diferentes maneiras de ser (a)gente nas experiências intercorpóreas e nos agenciamentos coletivos em torno das drogas, que se referem, por sua vez, a diferentes formas de engajamento com o mundo.

2.1 BEBIDAS ALCOÓLICAS EM UMA MIRÍADE DE MITOS

Inicialmente, buscamos situar uma breve definição de mito e de rito a fim de elencar alguns elementos dessas instâncias relacionadas aos usos das bebidas alcoólicas nas sociedades pré-históricas, para, em seguida, apresentar o conceito de mito na teoria de Adorno e Horkheimer, que utilizamos para pensar o mito dionisíaco e sua desdionização pelo esclarecimento apolíneo. Antes, porém, de nos voltarmos ao mito grego, apresentamos, de forma panorâmica, aspectos simbólicos e materiais das bebidas alcoólicas que deram origem a uma miríade de mitos relacionada aos seus usos nas primeiras civilizações.

A mitologia se refere a um movimento dos mitos, estático e mutável, de modo que pode ser entendida como o estudo dos mitos. A palavra religião, advinda do verbo latino *religare*, remete à ação de religar, que se apresenta como um conjunto de ações ou atitudes pelas quais o humano se liga ao divino, manifestando dependência a seres invisíveis ou sobrenaturais, podendo ainda ser vista como uma forma de reatualizar o mito. Em síntese, o rito seria a práxis do mito e o mito uma potência posta em ação pelo rito, processo que envolve o poder de dominar determinados objetos, como animais e plantas, como uma forma de significar e explicar o mundo imbuído de dada temporalidade. Segundo Brandão, “o tempo sagrado do mito não se apresenta como no tempo do profano, cronológico e linear, mas um tempo circular voltando sempre a si

mesmo, a reversibilidade do tempo sagrado seria um valor significativo, assim, o profano é o tempo da vida; o sagrado, o tempo da eternidade" (1986: 40).

De todo modo, para o autor, frente ao mito, o indivíduo passaria a se sentir fraco e incapaz, estabelecendo diante das divindades uma relação de dependência, "esse sentimento se transforma em instrumento de compreensão, pois torna aquele que o vive capaz de descobrir, como que por intuição, o eterno no transitório, o infinito no finito, o absoluto através do relativo. O sagrado é, assim, o sentimento religioso que aflora" (BRANDÃO, 1986: 40). O caráter mítico estaria na origem das civilizações e tange uma ruptura entre o natural e o humano, ainda que o sobrenatural aflore das significações humanas a partir de uma base natural. Assim, não seria a base material sagrada em si, mas os signos a ela associados, o que seria capaz de revelar: sentidos compartilhados por indivíduos e/ou grupos. Dessa forma, uma pedra, uma árvore ou um animal não seriam sagrados em si, mas naquilo que revelam, de modo que o objeto passa a ser ou significar outra coisa, estando comumente relacionado ao sagrado.

O álcool etílico é uma substância química produzida mediante a fermentação do açúcar encontrado em vários produtos de origem vegetal, sendo realizada por fungos unicelulares (leveduras), que se alimentam desses produtos, mas não realizam a digestão completa, gerando como sobra o álcool etílico liberado no meio ambiente. O conceito de fermentação alcoólica corresponde a um fenômeno bioquímico natural associado ao estudo dos carboidratos e à atuação de microrganismos como o levedo *Saccharomyces Cerevisae*, que atua na produção do pão e das cervejas de alta fermentação. Acredita-se que as bebidas alcoólicas tenham surgido relativamente ao mesmo tempo, a partir das matérias primas disponíveis em diferentes partes do mundo. Os primeiros registros da produção de bebidas fermentadas seriam anteriores à escrita. Há indícios mostrando que por volta de 6000 a. C. já se produzia cerveja na região do Crescente Fértil, localizada entre os rios Tigres e Eufrates na Ásia Menor, onde, após a era do gelo, criou-se um ambiente abundante de flora e fauna onde viviam os grupos de caçadores-coletores.

O consumo de bebidas alcoólicas desde sua origem teve grande destaque nas festas, fossem bebidas fermentadas de cereais, vinho, frutas ou leite, ainda que não se soubesse precisamente se precederam a agricultura e a criação de animais. Para a arqueologia, a cerveja surgiria na região do Irã por volta de 6000 a. C., admitindo-se ainda a possibilidade do uso de plantas alucinógenas que poderiam ser introduzidas nas bebidas. As primeiras cervejas eram compartilhadas utilizando canudos de junco que serviam para filtrar grãos, palhas e outros fragmentos que ficavam suspensos. Antes do

surgimento da cerâmica, a fermentação da cerveja era feita em sacos de couro, estômagos de animais, árvores ocas, grandes conchas ou em recipientes de pedra. Mesmo após o surgimento de copos, o uso de canudos persistiria por muito tempo, o que sugere a função social das bebidas associada a um ritual, prática que se perpetuou mesmo quando não era mais necessário o uso de canudos. Assim, se a comida poderia ser fracionada em partes diferentes, com a distinção dos melhores pedaços de um animal, as bebidas, como a cerveja, permaneceriam sendo partilhadas no mesmo recipiente.

Até o século XIX era raro entre nós, que cada pessoa tivesse seu próprio copo à mesa, como assinala um guia americano ilustrado de boas maneiras: "duas pessoas podem beber no mesmo copo, mas essa intimidade não deve ser imposta a ninguém" (VISSER, 1998: 250). A autora nos mostra que o consumo de cerveja com canudos pelos povos *iteso* perdura em algumas regiões do Quênia e de Uganda. Em suas festas, as pessoas se sentam em círculos concêntricos em torno de um grande vaso de cerveja, bebendo em longos canudos de junco, que podem ser partilhados entre duas ou três pessoas. Essa prática incorpora um estrito código de etiqueta, no qual, para falar, deve-se antes solicitar permissão, caso contrário, o canudo pode ser retirado do vaso, ficando o indivíduo alguns instantes sem beber, de modo que, ao retornar, deve agradecer a todos e pedir permissão para se sentar novamente. O conjunto de normas de etiqueta desses povos nos mostra que "tomar uma cervejinha" nem sempre pode ser uma tarefa tão simples. Além disso, a forma de se sentar no círculo expressaria o sistema de parentesco da sociedade, sublinhando diferenças, ainda que, por outro lado, permita que todos partilhem a bebida em um único recipiente ao mesmo tempo.

As distinções por meio da alimentação desde muito cedo demarcaram material e simbolicamente as estruturas sociais. No período neolítico, os cultivos de cereais, como trigo e centeio, formavam a base da alimentação dos povos, sendo a carne bastante valorizada, em especial a de cervo, o que remete à divisão e aos primeiros indícios de desigualdade, de modo que "como resposta às necessidades individuais, a alimentação torna-se progressivamente um elemento essencial da estruturação dos grupos, de expressão de sua identidade própria e origem de um pensamento simbólico" (PERLÈS, 2015: 52).

Sobre os mesopotâmicos, Joannès (2015) aponta a crença na existência de uma sociedade divina que reproduzia algumas características da sociedade humana. Textos literários descrevem os banquetes que aconteciam nas assembleias de deuses, nos quais se tomavam decisões importantes, como no poema babilônico da criação, *Enouma Elish*,

quando, por meio da alegria causada pela cerveja e pela saciedade dos corpos, os convivas acreditavam que os deuses se manifestariam entre eles. Os acordos realizados durante os banquetes simbolizavam as alianças desde o núcleo familiar até o topo da hierarquia estatal por meio da partilha. A recusa do compartilhamento poderia ser interpretada como sinal de hostilidade, de modo que as expressões de solidariedade do grupo familiar ou da comunidade seriam mais importantes do que a preparação da refeição.

O medo diante da natureza seria uma constante no cotidiano das primeiras civilizações de modo que o potencial de conservação dos grãos se revelou como uma importante forma de garantir a sobrevivência, o que contribuiu para consolidação dos primeiros assentamentos e para a mudança do modo de vida caçador-coletor. No caso da cerveja, existe um debate em torno de sua centralidade como alimento propulsor dessa mudança: "parece mais provável que ela [cerveja] tenha sido apenas um entre muitos fatores que ajudaram a inclinar a balança para longe da caça e da coleta, indo na direção da agricultura e de uma vida sedentária" (STANDAGE, 2005: 24). Para Oliver (2012), as principais lavouras eram de cevada sendo destinadas à produção de cerveja, enquanto o trigo, mais adequados ao pão, seria cultivado em menor proporção.

A questão acerca de o pão ou a cerveja ter surgido primeiro pode gerar um longo debate arqueológico, ao passo que ambos poderiam derivar de uma curiosa mistura que dava origem tanto à "cerveja sólida" quanto ao "pão líquido". Assim, o *bappir* era uma espécie de pão ou pasta de cevada assada, aromatizada com tâmaras, mel e ervas, utilizada pelos sumérios como matéria-prima da produção de cerveja, de modo que seu armazenamento podia durar por longos períodos. Interessante notar que na língua inglesa as palavras *brewing* (fabricação de cerveja) e *bread* (pão) possuem a mesma raiz, que se origina no alemão antigo *briuwan* (cozinhar), de modo que *brot,* em seu significado original não se referia ao pão, mas, sim, à pasta. De todo modo, a falta de controle sobre a fermentação resultava em uma bebida de baixo teor alcoólico, mas rica em proteínas e vitaminas; o que fazia da cerveja um importante alimento nutricional dos primeiros povos.

Nessa perspectiva, Oliver (2012) sublinha a centralidade da cerveja para os povos egípcios, que desenvolveram técnicas de produção capazes de movimentar negócios significativos. Alguns faraós, como Ramsés II, possuíam cervejarias capazes de produzir cinco milhões de litros de cerveja, sendo que até 40% do armazenamento de grãos das cidades do Antigo Egito era reservado à cevada para fabricação de cerveja.

Além dos povos mesopotâmicos, os egípcios se destacavam na produção e consumo de cerveja, que se constituía como uma peça central da economia, chegando a funcionar como moeda de pagamento daqueles que teriam construído as pirâmides de Gizé. Para os egípcios, a vida após a morte deveria ser contemplada com cerveja, de modo que em várias tumbas seriam encontradas ânforas de cerveja que reforçam a ideia do deleite no *post mortem.*

Beltramelli (2012) acredita que as primeiras cervejas teriam característica mais próxima da ideia de alimento como concebemos hoje, pois, além de efetivamente alimentar por suas características nutricionais, eram mais salubres do que a água, uma vez que passavam pelo processo de aquecimento e/ou fervura, que contribuía para a eliminação de micro-organismos e agentes patológicos nocivos presentes no líquido. Fernandes (2004) considera que nesse período se tenha procurado substitutos para a água, tanto nas bebidas alcoólicas, quanto no chá fervido dos chineses, devendo o vinho no império romano estar disponível para o consumo cotidiano, tendo em vista o constante risco de contaminação da água, o que também pode ter influenciado o desenvolvimento e o consumo das primeiras bebidas.

Os povos mesopotâmicos teriam identificado o gosto doce que advém dos grãos quando colocados em água e aquecidos, o que se deve à ativação de enzimas na produção do mosto, um líquido rico em açúcares, de modo que: “num momento em que as outras fontes disponíveis de açúcar eram poucas, a doçura desse grão maltado viria a ser altamente valorizada, estimulando o desenvolvimento de técnicas de preparação deliberada de malte nas quais o grão era primeiro enxaguado e depois então seco” (STANDAGE, 2005: 19).

Poderíamos aqui continuar a descrever uma miríade de mitos relacionada às bebidas alcoólicas, no entanto, nos interessa chamar a atenção para a hipótese de Schneider (2015) de que a alimentação e o trabalho para satisfazê-la, como no caso da cerveja, dizem respeito a um imperativo utilitário inalienável diretamente necessário para a sobrevivência humana em todas as épocas e em todas as culturas, ainda que dê origem a produções simbólicas. O autor nos lembra que o corpo humano dispõe de cinco sentidos, dos quais alguns seriam indispensáveis à sobrevivência, como as funções exercidas pelo nariz e pela boca relacionadas à respiração e à alimentação, respectivamente. As funções da visão, da audição e do tato, salvo os órgãos sexuais (necessários à reprodução da espécie), seriam somente indispensáveis à sobrevivência de modo indireto, ao conferir os sentidos de orientação, informação e comunicação.

Tanto o nariz quanto a boca exerceriam uma função primária de sobrevivência, de modo que a boca (alimentação) se distingue do nariz (respiração), por exigir o trabalho necessário para produzir o alimento para a sobrevivência, o que inclui as bebidas:

> Para que haja vida, deve haver, antes de mais nada, ar, água e comida. Mas respirar é uma ação automática, enquanto a obtenção, transporte e preservação de água e comida, bem como o preparo da última (aí incluídas as bebidas preparadas pelo homem), demandam esforço e trabalho (SCHNEIDER, 2015: 49).

Para o autor, tanto da organização de valores (superestruturais), quanto das possibilidades de meios e os modos de produção (estruturais), que demandam um esforço propriamente humano, adviriam a intrínseca relação entre alimentação (sabor) e trabalho (saber), que daria origem à dupla acepção do termo gosto: "saber/sabor", como ele problematiza:

> Viria o sentido originalmente dilatado do termo gosto da relação entre os *saberes* necessários à alimentação (selecionar, coletar, sugar, engolir, morder, mastigar, fabricar instrumentos, caçar, pescar, depenar, esfolar, cortar, espremer, temperar, misturar, cozinhar, assar, conservar etc.) e o *sabor* dos alimentos, tendo se desdobrado em preceitos alimentares e em seguida nos demais códigos e articulações simbólicas que organizam as sociedades humanas e buscam dar sentido às suas práticas? Seriam as práticas e preceitos alimentares a fonte de todos os juízos de valor? (2015: 55).

Considera ainda que não se deva reduzir o sentido de todos os juízos de gostos aos imperativos utilitários da alimentação, "insistimos que se deve buscar o desdobramento do termo gosto, do paladar para os juízos de valor, no fato de o trabalho necessário à alimentação anteceder todas as demais produções humanas, materiais e simbólicas" (2015: 56-57). Cita Nietsche que teria notado que à palavra grega *sophos*, sábio, etimologicamente pertencia à família *sapio*, degustar, sendo *sapiens*, o degustante, e *saphes*, o perceptível ao gosto (2015: 38). O termo saber na etimologia latina viria de *sapio*, que se refere a "ter sabor, ter bom paladar, ter cheiro, sentir por meio do gosto, ter inteligência, ser sensato, prudente, conhecer, compreender, saber" (HOUSSAIS e VILLAR: 2001: 2489). Ainda que a língua possa ser uma das principais coisas que diferencie o homem do bicho, e não a única, concordamos com assertiva sobre o gosto, que a seguir se apresenta em uma perspectiva poética:

> A história do gosto começa e termina na boca, passando por todos os poros e nervos. Vai da sucção à mordida, da alimentação à fala e ao canto, do paladar

> ao juízo e, de volta, do juízo ao paladar. Mais do que o polegar opositor, o que diferencia o homem do bicho é o mesmo que os aproxima: sua língua. É, porém, a qualidade polivalente dessa língua humana, alma da boca, expressa no sentido dilatado do termo gosto, à medida que a distingue da língua do bicho – os dedos vêm depois. O gosto é, portanto, a primeira e última instância canônica da língua, tanto em sua acepção física quanto simbólica (SCHNEIDER, 2015: 60).

A produção de bebidas alcoólicas pelos primeiros povos, a partir da aplicação de determinada técnica de trabalho, marcaria a fronteira entre o universo natural e o cultural, cindido por determinado *logos*, pelo conhecimento necessário à produção de alimentos, o que, como veremos nos capítulos seguintes, dará origem à distinção entre os povos e entre as classes. Ainda que não se conhecesse a causa científica que levava à doçura dos grãos quando aquecidos, ou mesmo sobre a fermentação, conceito ambientado no discurso científico no século XIX pela refutação da teoria da geração espontânea por Louis Pasteur, desde os primeiros povos, seria possível encontrar toda sorte de explicações míticas sobre as bebidas alcoólicas, buscando-se garantir as necessidades materiais de alimentação e assegurar a sobrevivência a partir do acionamento de técnicas do trabalho.

2.2 O MITO E O ESCLARECIMENTO NA TEORIA DE ADORNO E HORKHEIMER

À luz da obra *Dialética do esclarecimento* de Adorno e Horkheimer (1985), obra escrita na década de 1940, de herança hegeliana-marxista da escola de Frankfurt, mais precisamente lançado em 1947, no contexto sociopolítico pós Segunda Guerra Mundial do século XX, sendo considerada uma das bases ou berço da Escola de Frankfurt, trazendo uma crítica às categorias ocidentais da razão e da natureza, buscamos uma aproximação conceitual entendendo as limitações de nossa apropriação dadas por sua complexidade e abrangência, se apresentando, no entanto, como uma ferramenta teórica capaz de subsidiar a análise que propomos, bem como a análise dos dados da pesquisa, sendo retomada no terceiro capítulo a fim de pensar o conceito da indústria cultural. Assim, propomos apresentar alguns pontos basilares acerca do entrelaçamento dialético entre mito e racionalidade discursiva do esclarecimento (*Aufklärung*), para posteriormente utilizá-los para pensar um breve repertório que trazemos sobre o deus Dioniso da mitologia grega, no que entendemos como mito dionisíaco.

Para Adorno e Horkheimer “no sentido mais amplo do progresso do pensamento, o esclarecimento tem perseguido sempre o objetivo de livrar os homens do medo e de investi-los na posição de senhores” (1985: 17). Assim, o cerne da origem da dominação se apresentava desde os mitos, se estendendo ao esclarecimento por meio de um processo dialético, que não se daria de forma unilateral. Ao se insurgir contra os mitos, o esclarecimento carregaria em si fragmentos do próprio mito ao qual buscou sucumbir.

O conceito de esclarecimento pode ser entendido como um processo no qual se estabelece mais efusivamente a distância entre sujeito e objeto pela racionalização discursiva do *logos.* Segundo Funari (2002), a razão era um conceito essencial para os gregos, de modo que a palavra *logos*, derivada do verbo *legein*, que quer dizer juntar, e significa, ao mesmo tempo: palavra, discurso e razão. Assim, o *logos* teria como premissa reforçar a dominação dos humanos sobre a natureza, cindindo esses universos, de modo que a dominação sobre a natureza se estenderia de forma ainda mais proeminente à dominação dos humanos sobre os próprios humanos. Assim, “o programa do esclarecimento era o desencantamento do mundo. Sua meta era dissolver os mitos e substituir a imaginação pelo saber” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985: 17). Nesse processo, “o que os homens querem aprender da natureza é como empregá-la para dominar completamente a ela e aos homens. Nada mais importa. Sem a menor consideração consigo mesmo, o esclarecimento eliminou com seu cautério o último resto de sua própria autoconsciência” (1985: 18).

É importante ressaltar que, na perspectiva da dialética hegeliana, o termo dialética deriva de diálogo, não possuindo um significado unívoco, sendo possível distinguir pelo menos quatro significados: i) método de divisão como aparece em Platão, como técnica de investigação dada por perguntas e respostas, ii) lógica do provável associada a Aristóteles, iii) lógica associada aos estoicos, como a ciência de discutir corretamente nos discursos de perguntas e respostas, iv) como síntese dos opostos, ideia formulada por Hegel e que mais se aproxima da dialética de Adorno e Horkheimer. Assim, a dialética pode ser compreendida como um movimento que se daria na síntese dos opostos, estando presente tanto no pensamento quanto na realidade, de modo que a negação e a afirmação de ambas constituem-se pela superação das premissas postas, opostas:

> O modelo dialético lógico no qual se negam e se pertencem mutuamente assemelha-se à lógica da ambiguidade, são contrários, mas se complementam, elas se entrecruzam a todo instante. Entre a tese do esclarecimento como

> razão autossuficiente que promove o progresso triunfante sob as trevas sombrias do mito, e a antítese do mito como pensamento mágico-religioso, que encanta e obscurece a razão lógico-calculista, negando-se um do outro, eles se pertencem mutuamente na síntese da dominação, o qual promove a dominação inescrupulosa em todos os meios sociais com o mundo administrado, gerando uma nova espécie de barbárie. (MOREIRA, 2012: 34).

Nesse sentido, em relação ao entrelaçamento do conceito entre mito e esclarecimento, o esclarecimento emergiria como uma contraface inseparável do mito. Moreira (2012) atenta para o movimento dos autores ao retornarem à famosa *Odisséia* de Homero, em que analisam a narrativa das astúcias de Ulisses, reorganizada na forma escrita, onde já se encontrariam elementos da dimensão racional do *logos* e do nascimento do "protoburguês". A *Odisseia* seria, então, considerada uma narrativa protoburguesa da razão, tida como embrião da subjetividade da civilização ocidental, um marco inicial ou intermediário entre mito e esclarecimento. O paradoxo problemático no qual o autor se detém em sua análise, se refere ao movimento dialético lógico que faria com que no mito se apresentassem elementos do esclarecimento, ao passo que o esclarecimento carregaria em si fagulhas míticas.

Tanto o mito quanto o esclarecimento se fundariam a partir do medo original dos humanos em relação ao desconhecido, buscando maneiras de controlá-lo diante da natureza, controle que se aprofunda de forma mais totalitária com o esclarecimento, que busca suplantar a superstição e as forças soberanas dos mitos, excluindo-lhes o que considera como recurso ilusório e coerção externa. Entretanto, ao buscar superá-lo em um movimento dialético, o esclarecimento se veria enredado no próprio mito:

> Cada resistência espiritual que ele encontra serve apenas para aumentar sua força. Isso se deve ao fato de que o esclarecimento ainda se reconhece a si mesmo nos próprios mitos. Quaisquer que sejam os mitos de que possa se valer a resistência, o simples fato de que eles se tornam argumentos por uma tal oposição significa que eles adotam o princípio da racionalidade coerciva da qual acusam o esclarecimento. O esclarecimento é totalitário. (ADORNO e HORKHEIMER, 1985: 19).

Nas cosmologias míticas já se encontravam elementos racionalizados, pois "todo ritual inclui uma representação de acontecimentos bem como do processo a ser influenciado pela magia. Os mitos, como os encontram os poetas trágicos, já se encontram sob o signo daquela disciplina e poder que Bacon enaltece como o objetivo a se alcançar" (1985: 20). Os autores da escola crítica recorrem algumas vezes a Bacon, que influenciou a nascente ciência moderna, a fim de mostrar as críticas que investe

contra os mitos e a metafísica, no intuito de fundar as bases racionais de um pensamento pretensamente universal, se colocando contra as tradições platônicas e aristotélicas por entender que se encontravam permeadas por mitos erráticos, tomando as críticas de Bacon como uma expressão do esclarecimento em uma forma mais acabada do que em relação à *Odisseia*, por exemplo.

No mito, se daria uma nascente subjetivação da natureza que adviria do medo original diante do qual se busca criar explicações para a existência, prenunciando nesse movimento uma relação de dominação, pois "o mito queria relatar, denominar, dizer a origem, mas também expor, fixar, explicar. Com o registro dos mitos, essa tendência reforçou-se. Muito cedo deixaram de ser um relato, para se tornarem uma doutrina" (1985: 20). Os mitos incutiam o medo através de figuras demoníacas presentes nos ritos mágicos, de forma que, quanto mais medo, mais poder uns exerceriam sobre os outros, como na personificação dos deuses e no domínio da manipulação dos relatos: "os deuses não podem livrar os homens do medo, pois são as vozes petrificadas do medo que eles trazem como nome. Do medo, o homem presume estar livre quando não há nada mais de desconhecido" (1985: 26).

Para o esclarecimento, o medo dos mitos, ou a esperança de redenção que pudessem conferir, não teria validade ou status de conhecimento. O esclarecimento pretenderia, assim, uma unidade racionalista, que se instaura em sua versão mais radical com a ciência empirista. Ao revés da multiplicidade dos mitos e de sua permissividade, o esclarecimento passaria a excluir o que não correspondesse à ordem, aos princípios e aos enunciados observacionais da lógica da razão, medida por graus de universalidade. O esclarecimento, no contexto da ciência positivista, moderna reduziria a realidade aos números e à linguagem matemática, abrindo empreitada contra os mitos, levando a se instaurar uma relação entre sujeito e objeto diferente daquela observada anteriormente. Ainda que o sentido da dominação permaneça, essa se desenvolveria de outras maneiras: "no trajeto para a ciência moderna, os homens renunciaram ao sentido e substituíram o conceito pela fórmula, a causa pela regra e pela probabilidade" (1985: 20).

Se no mito era possível identificar fragmentos do esclarecimento, como pela nomeação e explicação subjetivada da natureza, no esclarecimento se encontrariam fagulhas míticas, se dando sua própria existência em função do mito ao qual buscou se sobrepor, sendo o mito sua contraface inseparável, de modo que ao fechar-se em si, o esclarecimento acabaria por se converter, ainda que sob uma nova roupagem, em magia animista. A dominação estaria presente, então, tanto no mito quanto no esclarecimento,

se alicerçando no princípio do medo e da necessidade original que os humanos sentiriam em relação à natureza, buscando certa segurança e domínio no universo exterior, pois "a duplicação da natureza como aparência e essência, ação e força, que torna possível tanto o mito quanto a ciência, provêm do medo do homem, cuja expressão se converte na explicação" (1985: 25).

A dominação no esclarecimento se daria de forma diferenciada em relação aos mitos, ainda que a divisão entre sujeito e objeto estivesse contida desde os mitos, por meio da subjetivação da natureza, não sendo a dominação negada. A ideia segundo a qual "quando uma árvore é considerada não mais simplesmente como árvore, mas como testemunho de uma outra coisa, como sede do *mana*, a linguagem exprime a contradição de que uma coisa seria ao mesmo tempo ela mesma e outra coisa diferente dela, idêntica e não idêntica" (1985: 26). Conforme os autores: "No mundo luminoso da religião grega perdura a obscura indivisão do princípio religioso venerado sob o nome de *mana* nos mais antigos estágios que se conhecem da humanidade". Ele é "primário, indiferenciado, ele é tudo o que é desconhecido, estranho: aquilo que transcende o âmbito da experiência, aquilo que nas coisas é mais do que sua realidade já conhecida" (1985: 25). A nominação que busca conceituar os objetos se apresentaria por meio de uma elaboração discursiva explicativa tanto no mito quanto no esclarecimento, reiterando em ambos os casos, o princípio de dominação, embora por formas distintas de nomeação e de explicação do mundo. Assim, "através da identificação antecipatória do mundo totalmente matematizado com a verdade, o esclarecimento acredita estar a salvo do retorno do mítico. Ele confunde o pensamento e a matemática. Desse modo, esta se vê, por assim dizer, solta, transformada na instância absoluta" (1985: 33), o que leva os autores a considerarem que "o esclarecimento é a radicalização da angústia mítica. A pura imanência do positivismo, seu derradeiro produto, nada mais é do que um tabu, por assim dizer, universal. Nada mais pode ficar de fora, porque a simples ideia do fora é a verdadeira fonte da angústia" (1985: 26).

O processo de desmitologização do mito pelo esclarecimento levaria o esclarecimento a se enredar por uma nova forma mítica, excluindo tudo que viesse de fora, tudo que fosse dado pela magia e pelos deuses, o que seria para o esclarecimento uma fonte de angústia, de modo que, para conhecer a natureza, a ciência se propõe renunciar à pretensão de se assemelhar a ela. O esclarecimento imprimiria uma forma própria de relação entre sujeito e objeto sobre cujo *logos*, a racionalidade científica e tecnológica acabaria por se desdobrar em uma relação de saber e de poder na divisão do

trabalho, servindo tanto o mito quanto o esclarecimento à coerção social, consolidando a dominação dos privilegiados na autoconservação do domínio sobre os dominados.

Ao descredibilizar os mitos, o esclarecimento instaura uma relação de dominação mais efusiva, pois se, antes, sujeito e objeto poderiam ser representados pela semelhança através da mimese, base da interpretação mítica, com o esclarecimento essa dimensão se radicaliza e se torna inexequível. A palavra mimese é relativa a *metéxi* utilizada por Platão para indicar um dos modos possíveis de relação entre as coisas sensíveis e as ideias. Assim, no esclarecimento, os objetos passam a ser fungíveis, passíveis de serem substituídos em contraponto a substitutividade específica dos mitos, convertida pelo esclarecimento em fungibilidade universal como colocam Adorno e Horkheimer:

> No estágio mágico, sonho e imagem não eram tidos como meros sinais da coisa, mas como ligados a esta por semelhança ou pelo nome. A relação não é a da intenção, mas do parentesco. Como a ciência, a magia visa fins, mas ela os persegue pela mimese, não pelo distanciamento progressivo em relação ao objeto (1985: 22).

Dessa forma, ainda que o ofício do feiticeiro se desse por repetição, como acontece na ciência, ele se tornava semelhante aos espíritos, fosse para assustar ou suavizar, havendo uma relação de imagem e semelhança que se perde no esclarecimento. Nos mitos, espírito e seu correlato não se perdem na identificação de um com o outro na unidade da natureza, de modo que, desqualificada, a natureza torna-se a matéria caótica para a simples classificação. Tendo em vista a elaboração de uma breve apresentação sobre a teoria crítica, a seguir, buscamos observar as transformações que ocorrem na passagem do mito para o esclarecimento a partir de elementos históricos, tomando como referência o mito dionisíaco.

2.3 DIONISO: FRAGMENTOS INTEMPERANTES DE UM MITO

Segundo Brandão (1986), gregos e romanos desenvolveram mitologias associadas ao vinho, tanto quanto os povos da Europa central o fizeram em relação à cerveja, sendo o caráter enteógeno das bebidas alcoólicas comum à herança dos povos de origem indo-europeia. De acordo com Fernandes (2004), o termo enteógeno se refere ao mesmo tempo a algo que contém a divindade e que traz a divindade para dentro. Esses povos se localizavam desde o quarto milênio na região ao norte do Mar Negro,

entre os Cárpatos e o Cáucaso, e empreenderiam longos e lentos movimentos migratórios se dirigindo para a Ásia e para a Europa, esses últimos deram origem a ramos dos povos balto, eslavo, albanês, celta, itálico, grego e germânico. Em sua origem, não formariam uma unidade sólida ou uma civilização material comum, nem mesmo um império organizado, ainda que provavelmente tenha existido certa unidade linguística e religiosa. Por se tratarem de povos nômades, os grupos se desenvolveram de forma relativamente independente, com movimentos migratórios irregulares em termos temporais, que se deram em diferentes etapas. Mesmo nesse emaranhado de povos, haveria possibilidade de encontrar correspondências, sendo povos que praticavam sacrifícios e conheciam o valor mágico-religioso da palavra e do canto.

Segundo Fernandes (2004), os celtas, que eram povos da Europa central que se expandiram no século V a III a. C. na atual França, península ibérica e ilhas britânicas, realizavam banquetes etílicos cerimoniais chamados *Trinkfest*, nos quais se servia cerveja de cevada (*zythus*) e o hidromel (*meddyglyn*), que eram consumidos pela aristocracia guerreira sentada em peles de couro ouvindo a poesia épica dos bardos, bebendo em chifres decorados e em vasos e cálices de bronze, que os acompanhava até o túmulo. A deusa dos cereais, *Cerridwen*, seria produtora da cerveja sagrada, que levava ao conhecimento e à sabedoria dos tempos passados e vindouros, como no mito *Gwion Bach*. Apesar de certas similitudes, como a capacidade enteógena de acionar o devir histórico de acordo com as variações culturais. Brandão (1987) problematiza: o que levaria a civilização grega a considerar como bárbaros outros povos, como grosseiros seus inebriantes (hidromel e cerveja) e suas formas de ingestão? O que se passaria na Grécia para que a cultura do vinho adquirisse um lugar cultural e social tão específico, fazendo com que aquela sociedade visse nessa substância e na forma de consumi-la uma expressão de distinção e símbolo da vida civilizada?

Para o autor, até meados da segunda metade do século XX, acreditava-se que Dioniso era uma divindade que chegara tardiamente à Grécia, no entanto a decifração de hieróglifos creto-micênicos mostrou que ele já estava presente desde o século XIV ou XIII a. C., tendo chegado de forma mais significava ao mundo grego por volta do século IX a. C. A partir dessa inquietação, Brandão desenvolve seu raciocínio buscando mostrar porque um deus tão importante só entraria na mitologia e na literatura grega a partir dos fins do século VII a. C.

De todo modo, para nos situarmos na cronologia histórica, entendemos que os indícios do mito dionisíaco se encontravam presentes, então, desde o período Pré-

Homérico (XX – XII a. C.), tendo se afirmado no Período Homérico (XI – VIII a. C.), entrando na literatura grega no período da Grécia Arcaica (VIII e VI a. C.). Nesse sentido, o Período Clássico (V - IV a. C.), que apresentamos a partir dos filósofos trazidos por Carneiro (2010), diz respeito, portanto, a uma época em que os ritos a Dioniso, também representado por Baco, estariam em declínio, sendo proibidos por volta de 156 a. C. no universo romano.

Quando Dioniso penetra na Grécia, passa por um batismo de ordem mística. De Zeus e Perséfone nasceria o primeiro Dioniso (Zagreu), destinado a suceder o pai no governo do mundo, no entanto o destino teria decidido o contrário, sendo capturado e devorado pelos titãs conforme o desejo de Hera, esposa de Zeus. Júpiter era a principal divindade da religião tradicional, pai e rei dos deuses e dos homens, reinava no Olimpo como guardião da ordem, dos juramentos e dos estrangeiros, era o senhor do raio e dos fenômenos atmosférico, seu culto era o mais solene e o mais espalhado na Grécia. Entre os mitos da origem de seu renascimento se apresentam diferentes interpretações.

Uma aponta que Sêmele, seria uma deusa relacionada à fertilidade; em outra, seria uma princesa mortal, que teria engolido o coração de Zagreu, ficando grávida do segundo Dioniso. Em outra versão, Zeus engoliria o coração do filho antes de fecundar Sêmele. Nessas interpretações, Hera continuaria vigilante e, no intuito de eliminar Sêmele, se disfarça de ama e aconselha Sêmele a pedir a Zeus para que se apresentasse em todo o esplendor de sua majestade divina. Em outra versão, o mesmo pedido se daria por Sêmele para provar às suas irmãs que estava grávida de um deus. Embora Zeus a tenha advertido de que o pedido poderia ser fatal, uma vez que os mortais não teriam estrutura para suportar a epifania dos deuses, acaba por cumprir seu desejo tendo jurado não contrariá-la e, se apresentando por meio de raios e trovões, Sêmele falece carbonizada. Desse modo, com a morte de sua segunda mãe, Sêmele, "o feto, o futuro Dioniso, foi salvo por gesto dramático do pai dos deuses e dos homens: Zeus recolheu apressadamente do ventre da amante o fruto inacabado de seus amores e colocou-o em sua coxa, até que se completasse a gestação normal" (BRANDÃO, 1987: 120). Ainda sob a fúria de Hera, Dioniso é enviado por Zeus às montanhas para ser cuidado pelas ninfas e sátiros, quando se origina o vinho:

> Pois bem, lá, em sombria gruta, cercada de frondosa vegetação e em cujas paredes se entrelaçavam galhos de viçosas vides, donde pendiam maduros cachos de uva, vivia feliz o jovem deus. Certa vez, este colheu alguns desses cachos, espremeu-lhes as frutinhas em taças de ouro e bebeu o suco em companhia de sua corte. Todos ficaram então conhecendo o novo néctar: o

> vinho acabava de nascer. Bebendo-o repetidas vezes, Sátiros, Ninfas e o próprio filho de Sêmele começaram a dançar vertiginosamente ao som dos címbalos, tendo a Dioniso por centro. Embriagados do delírio báquico, todos caíram por terra semidesfalecidos (1987: 123).

Dioniso seria, assim, um deus da vegetação, do ígneo e do úmido, de origem essencialmente agrária com potência geradora, permanecendo associado aos campos por longos séculos. Seu caráter primitivo também estava relacionado aos cuidados que recebeu de seus preceptores, vivendo entre animais selvagens e plantas não cultivadas. Nesse sentido, as narrativas em torno da cultura da videira refazem o percurso entre selvagem e cultivado. O bode, animal dionisíaco, possui uma curvatura dentária que atua como uma foice natural que favorece a formação dos brotos, havendo um Dioniso de antes do corte, o deus que faria a vinha crescer, e um Dioniso da videira cultivada, que corta a parte selvagem suprimindo as partes irregulares com habilidade para que as parreiras passem do estado selvagem ao cultivado (DETIENNE, 1988). Assim, por meio da cultura, a videira se metamorfoseia em vinho, afastando o estado selvagem, significando ainda a confluência entre morte e vida.

As infindas narrativas sobre Dioniso e seus mitos envolveria entradas mais terríveis do que alegres, cheias de barulho e de furor, se ouvindo por toda parte sua chegada, cuja aparição estaria comumente associada à epidemia, que não significava necessariamente o contágio, se referindo mais às danças convulsivas e à teofania, manifestação da divindade. Assim, "as epidemias são sacrifícios oferecidos às potências divinas: quando estas descem à terra, quando vão a um santuário, quando assistem a uma festa ou estão presentes em um sacrifício" (1988: 12). Os deuses migrantes seriam aqueles com direito às epidemias, quando evocados nas cidades em que lhes ofereciam hospitalidade, sendo Dioniso aquele que chega, manifesta-se e faz-se reconhecer, um deus epifânico e itinerante, que organiza o espaço em função de sua atividade ambulatória. Nessa perspectiva:

> Dioniso é um deus nômade, porque, embora tendo nascido supostamente em Tebas, filho da mortal Sêmele, e depois renascido na perna de Zeus, vaga pelo mundo como eterno estrangeiro, mesmo entre os outros deuses, e epidêmico, surge onde nunca antes estivera e arrasta para o seu culto mais e mais pessoas que se incorporam aos *tíasos* - agrupamentos de devotos (CARNEIRO, 2010: 23).

A partir da política de Pisístrato em Atenas (605-527 a. C.), surgiria um movimento de conciliação dos diversos cultos, abrindo espaço para a celebração de

quatro grandes festas em homenagem ao deus do vinho, a saber: as *Dionísias Rurais*, as *Lenéias*, as *Dionísias Urbanas* e as *Anthestérias*. As primeiras teriam origem em Ática: os participantes cobriam os rostos com máscara e se disfarçavam de animais tendo uma relação com a fertilidade nos lares e nos campos, sendo enriquecidas por comédias e tragédias, de modo que "a cerimônia central consistia no *kômos*, quer dizer, aqui no caso, numa alegre e barulhenta procissão com danças e cantos, em que se escoltava um enorme falo" (BRANDÃO, 1987: 126). Pouco se sabe sobre as *Lenéias*, consideradas uma das mais antigas celebrações ao deus do vinho. Nelas, Dioniso era invocado por meio de tochas com o intuito de induzir a fertilidade e a manifestação reveladora do sagrado; existem indícios de que sua procissão tivesse o caráter orgiástico, se seguindo concursos de comédia e de tragédia. As *Dionísias Urbanas* ocorriam na primavera, durante seis dias: os primeiros eram dedicados às procissões que transportavam a imagem do deus do teatro, nos outros, aconteciam os coros ditirâmbicos; e, nos últimos, os concursos dramáticos com a apresentação de três tragédias e um drama satírico, de modo que, com o tempo, pouco restaria de Dioniso nas tragédias, que teriam passado de assuntos menores para temas "mais elevados" se inclinando para os mitos heroicos.

O ditirambo é uma canção coral que tinha por objetivo, quando do sacrifício de uma vítima, se gerar o êxtase coletivo com a ajuda de movimentos rítmicos, aclamações e vociferações rituais. Nesses cultos, a natureza ígnea de Dioniso era invocada, havendo uma relação entre o fogo e o vinho, a partir dos quais se entoava o ditirambo. Outra associação se refere ao vinho e ao sangue, o vinho seria tido como o sangue terra, da mesma cor do sangue dos homens, e quando incorporado, sobretudo puro, transformaria o organismo em sangue novo, de modo que quando se mistura o vinho ao sangue de uma vítima animal ou de um humano seria possível se selarem juramentos.

As *Anthestérias* eram conhecidas como as festas das flores, duravam três dias e ocorriam durante a primavera, possivelmente tolerada pelo Estado por ser uma festa da fecundidade, mesmo que representasse a quebra de interditos e a ruptura de tabus de ordem política, social e sexual, não se dando no âmbito da reflexão, como a tragédia, mas no âmbito do sensível. No primeiro dia, eram abertos tonéis de terracota e, no segundo, ocorriam torneios de disputa entre aqueles que fossem capazes de beber mais rapidamente um cântaro de cerca de quatro litros de vinho. Esse derramamento era destinado ao *Khóes*, cortejo durante o qual se levaria um touro, que diante da alegria ébria seria despedaçado e devorado vivo. No *Khóes*, o touro simbolizava a força e a fecundidade, sendo destinado ao sacrifício, que se realizava pelo desmembramento do

animal vivo e pela consumação de seu sangue ainda quente e de suas carnes cruas (omofagia), acontecimento que representava o sofrimento de Dioniso ao ser dilacerado pelo Titãs. A omofagia estava ligada ao transe orgiástico, configurando a integração total e a comunhão com o deus, integra-se a ele recompondo-o simbolicamente O cortejo anunciava a chegada do deus à *pólis* e o casamento sagrado de Dioniso com a deusa Basílinna, simbolizando a fecundação e o sucesso na colheita vindoura. O terceiro dia seria marcado pela deusa Queres, deusa dos mortos, que vagaria pela cidade, assim como os mortos pelos quais se orava, devendo esses, à noite, se retirarem.

De todo modo, as *Anthestérias* ficaram conhecidas pelos festejos nos quais os participantes sagradamente embriagados dançavam e cantavam até caírem semidesfalecidos, no entanto, "é nesse estado que algo de sério e grave acontecia, porque a embriaguez e a euforia, pondo-os em comunhão com o deus, antecipavam uma vida do além muito diversa daquela que, desde Homero até os grandes e patriarcais deuses olímpicos, lhes era oferecida". (BRANDÃO, 1987: 136). No estado de semi-inconsciência, os participantes acreditavam sair de si pelo processo do *ékstasis*, de modo que "esse sair de si significava uma superação da condição humana, uma ultrapassagem do *métron*, a descoberta de uma liberação total, a conquista de uma liberdade e de uma espontaneidade que os demais seres humanos não podiam experimentar" (1987: 136).

Assim, um mergulho dionisíaco poderia significar a coparticipação em sua divindade, a loucura sagrada de um mito que arrastava multidões em tíasos por onde quer que passasse. Poderíamos supor, assim, que no mito dionisíaco ainda que a magia fosse pura e simples inverdade, a dominação ainda não seria negada ao se colocar transformada na pura verdade, por meio de uma substitutividade específica. Mesmo que os que fizessem parte dos cortejos das *Anthestérias* estivessem tomados pelo medo de uma má colheita vindoura, dominados por aqueles que manipulavam o mito, em sua outra face poderia significar uma manifestação subversiva no contexto opressor da *pólis* na qual se manifestava.

Vale lembrar que, até fins do século VII a. C., Atenas seria dominada pelos Eupátridas, nobres bem-nascidos, que, armados, defendiam a *pólis*, sua propriedade, bem como o governo, a justiça e a religião, demarcada pelos deuses olímpicos e patriarcais, que funcionavam como uma projeção do regime político que mantinha o *status quo*. A *pólis*, cidade-estado grega, se configura em meados no século VII a. C. perdurando com modificações até o século III d. C. Antes de ser uma unidade territorial,

se constituía como uma comunidade moral, onde as relações de contiguidade prevaleciam sobre os laços de parentesco. Essa comunidade moral geralmente se limitava às áreas urbanas e aos conflitos entre as *pólis*, bastante diferentes entre si em termos de valores.

Dessa forma, a ética rigorosa da moderação ou temperança (*sophrosýne*), enquanto doutrina apolínea, acabaria por se apossar da tragédia e da poesia a partir de Apolo e de seu comedimento, nos princípios do *medèn ágan* (nada em demasia) e do *gnôthi s'autón* (conhece-te a ti mesmo). Apolo (Phoebus Apollo) era filho de Zeus e Leto, também conhecido como o deus da luz, da juventude, da música, da expiação, da purificação, da medicina, da adivinhação e das artes. Como deus da adivinhação residiria no oráculo de Delfos, cuja estátua era representada por um jovem belo, gracioso e forte. O *homo dionysiacus* se tornaria, assim, como vimos nas *Anthestérias*, uma presa fácil do destino cego e da punição (*moîra*). Como um aviso prévio das consequências reservadas aos mortais (*anthropos*) que ousassem ultrapassar a medida (*anér*) da moralidade rumo à imortalidade por meio do *ékstasis* e do *enthusiasmós*, tornando-se um herói (*hypocrités*), deixava-se clara a mensagem: Não te dionizes! A ultrapassagem do *métron* se configuraria como um descomedimento (*hýbris*), uma desmedida, uma violência cometida a si mesmo e aos deuses imortais, o que desencadearia em uma punição pela injustiça praticada. Sobre a entrada tardia de Dioniso na mitologia grega, Brandão considera, então, que "se se esperou tanto por Dioniso é ainda e sobretudo porque 'sua religião' colidia frontalmente com a religião 'política' dos Eupátridas, apoiados nos deuses olímpicos tradicionais e despóticos" (1987: 125).

Então, desdionizado, Dioniso poderia ser aceito na *pólis* grega dos deuses olímpicos, sendo conferida punição àqueles que ousassem questionar todo um estilo de vida e universo de valores. Isso porque a experiência do *ékstasis* e do *enthusiasmós* (que segundo Houaiss e Villar, na etimologia grega, *ékstasis* tange ao deslocamento, movimento para fora, perturbação mental determinada por terror, assombro ou por cólera) abolia a distância entre os mortais e os imortais e, como podemos acrescentar, diz respeito a uma fonte de angústia mítica do esclarecimento na forma da partilha entre corpo e mente ou entre corpo e espírito, como poderíamos supor no caso do mito dionisíaco, sendo esse o lugar das fronteiras, dos interstícios, do que não se esgota nem de um lado e nem de outro da partilha, fonte de angústia mística. Assim, "desdionizada em seu conteúdo, 'punida' em sua essência e exorcizada por Apolo, a tragédia se tornou

mais apolínea do que dionisíaca. Despindo-se de Dioniso e revestindo-se da indumentária solar e patriarcal de Apolo, pôde ser tranquilamente agasalhada como liturgia" (1987: 132).

Carneiro (2010) nos fornece algumas pistas sobre a aparição do vinho na *Odisseia* de Homero, considerada uma obra originária ou intermediária do mito para o esclarecimento em Adorno e Horkheimer, textos que foram reunidos provavelmente em torno do século VIII a. C. e que representavam uma fonte central da cultura helênica, contando com a descrição épica de heróis, que mais tarde seriam associados à fundação das primeiras cidade-Estado. Na época em que foram escritos os poemas homéricos já haviam sido fixados os traços essenciais das lendas concernentes aos deuses, como homens idealizados que se revestem da forma humana, apresentando qualidades de beleza e de agilidade superiores aos dos mortais. Em suas veias, correria um fluido misterioso que os tornava imortais. Podem também tornar-se, a bel-prazer, visíveis ou invisíveis. No Olimpo, onde residem, os deuses, organizados dentro de um regime monárquico presidido por Zeus, se alimentam de ambrosia ou néctar, dormem, discutem, encolerizem-se; se interessam por coisas terrenas, não hesitando em baixar à terra e tomar partido em favor dos combatentes. Embora Dioniso não seja mencionado, o vinho seria um dos fios condutores da narrativa homérica, assumindo diversos papéis, presente em todas as refeições, juntamente com o pão e a carne, selando as relações entre conhecidos e desconhecidos, entre deuses e mortais e entre vivos e mortos. Na *Odisseia*, o vinho era visto como um sinal de civilidade: "a cratera demonstra que a lição de Dioniso foi aprendida, a bebida deve ser dosada, diluída e regulada" (2010: 32). O mau uso do vinho é tido como um dos piores males, sendo dirigidos castigos àqueles que se embebedam com aparição de expressões pejorativas ao consumo exagerado. De todo modo, "[o vinho] é um dos alimentos básicos, principal veículo de devoção, na libação e no sacrifício, produtor de alegria e revelador da verdade, ardil na sua potência para qualquer incauto, cabendo a uma boa educação a prática da mistura com água na cratera" (2010: 35). Dessa forma, sugerimos que as percepções sobre os usos do vinho e a embriaguez na *Odisseia* dizem respeito à existência de um *logos* originário ou intermediário do mito para o esclarecimento muito antes do que se apresentaria, quiçá em uma forma mais acabada na oratória de filósofos como Aristóteles e Platão, em que não faltavam reflexões sobre a embriaguez e o uso temperante do vinho.

Assim, os mitos naturalistas de divindades como Dioniso, deus da vegetação, da imortalidade, dos que morrem e ressuscitam, de origem essencialmente popular, em

cujos ritos participavam escravos e mulheres, que o digam as de Atenas, se chocavam violentamente com a religião oficial e aristocrática da *pólis*, ameaçando os deuses olímpicos, bem como todo o sistema de valores que mantinha o *status quo*. Sua entrada tardia na mitologia da *pólis* pode ser entendida, portanto, como uma resistência contra toda experiência religiosa absoluta, que se manifestava negando o equilíbrio, a consciência e a razão. Embora Apolo fosse também um deus com epifanias, Dioniso seria o deus mais epidêmico, que teria na *parusia*, uma ação privilegiada em seu movimento perpétuo de mudança, que acionaria desejos por outros itinerários e realidades, o que nos leva a pensar se o lugar, ou o não lugar, de Dioniso na *Odisséia* não representaria um marco inicial ou intermediário entre o mito e o esclarecimento no que se refere aos usos das bebidas alcoólicas e às percepções sobre a embriaguez. Segundo Houaiss e Villar (2001), o vocábulo *parúsia* se refere, na etimologia grega, à *parousía* que significa chegada, presença, atualidade.

2.4 A DESDIONIZAÇÃO DO MITO E A EDUCAÇÃO APOLÍNEA: A PARTILHA

Seguindo a conclusão de Brandão, a poesia e a tragédia buscariam um propósito cada vez mais educativo, quando, muitas vezes, as Musas seriam as porta-vozes de um programa de "apolineamento educativo", no qual se repetia a mensagem de moderação e comedimento, o que nos leva a compreender a entrada tardia de Dioniso na mitologia grega, pois "uma divindade assim tão próxima e integrada no próprio homem, um deus tão libertário e 'politicamente' independente, não poderia mesmo ser aceito pela *pólis* de homens e de deuses tão apolineamente patriarcais e tão religiosamente repressivos" (1987: 137).

A partir desse panorama, recorremos à visão dos filósofos clássicos sobre a embriaguez, tendo em vista sua influência na configuração de uma cosmologia ocidental sobre os usos das bebidas alcoólicas, buscando identificar as transformações que ocorreram do mito para o esclarecimento sob a hipótese de aqui se apresentar um *logos* em uma forma mais acabada de "apolineamente educativo", presente, como vimos, desde a *Odisseia* de Homero. Para isso, recorremos a Carneiro que aponta para uma distinção fundamental quando adverte que seu trabalho não se trata de uma história das bebidas, como aquela relativa aos fluxos estatísticos e materiais de produção e consumo de bebidas alcoólicas, mas de uma história da embriaguez, na qual se inscrevem formas

culturais de ingestão de bebidas alcoólicas. A embriaguez pode ser entendida como um estado de experiência alterado da consciência, que adquiriu ao longo do tempo múltiplas conotações e valorações partilhadas e significadas na cultura, muitas vezes ambíguas e que revelam um conjunto de ideias e atitudes que, em diferentes épocas e lugares, se traduziram em paradigmas como a abstinência, o excesso e a temperança (*sophrosyne*), que significa o meio termo. O termo ébrio, que em português teria derivado do latim *ebrius*, se refere ao efeito de substâncias psicoativas sobre a consciência, o humor e o comportamento. A origem latina do termo deriva do grego *brúo* (*bryo*), que em seus múltiplos significados rementem à ideia de brotamento, irrupção, crescimento a algo que abunda, se impõe, ferve, fermenta, embriaga. Assim, o autor se volta às práticas ritualizadas dos *sympósios*, que significa "beber junto", nos quais a embriaguez seria um tema recorrente das discussões, como trazemos a partir de alguns pensadores analisados pelo autor, dos quais abordamos: Hipócrates, Heródoto, Platão, Xenofonte, Aristóteles e Galeno.

Ao contrário dos mitos dionisíacos com seus ritos naturalistas, essencialmente populares, os banquetes gregos possuíam um aspecto aristocrático e eram divididos em três momentos: a chegada dos participantes (*kómos*), a comida (*deipnon*) e o consumo do vinho (*sympósion*), que acontecia em meio à poesia, conversações, concursos, músicas, danças, acrobacias, jogos, coroas de flores, perfumes etc. Essas reuniões se intensificaram a partir do século VII a. C., se configurando como um espaço importante da formação dos cidadãos gregos para as funções cívicas, de modo que "era como um centro de educação do caráter, de debate das ideias políticas e filosóficas e de exercício da expressão pública das emoções de forma controlada, do ensinamento da temperança em oposição ao descontrole do excesso (*hybris*)" (CARNEIRO, 2010: 36). Enquanto um ritual de sociabilidade festiva aristocrática e ensaiada pela racionalidade, os *sympósios* eram regidos por um simposiarca, pessoa que controlava e dosava a bebida misturada com água nas crateras: "a cratera, onde se põe água e vinho em igual medida, é uma particularidade helênica: os gregos não bebiam o vinho puro a não ser em ocasiões excepcionais, e essa mistura era, para eles, uma maneira de se distinguir do mundo bárbaro" (VETTA, 2015: 73). Apesar disso, entre os antigos gregos era comum a prática de se beber vinho sem mistura e de forma desordeira, o que levava a frequentes acidentes. Entre os próprios gregos também se cultuava o herói *akratopotes*, conhecido como o bebedor do vinho não misturado, sendo imposto como penalidade nas

competições a ação de “virar” de uma só vez uma grande taça de vinho sem tomar fôlego.

Assim, o vinho enquanto substância tornou-se um símbolo de civilização que marca e distingue o civilizado pela reiteração da ideia de autocontrole, sendo a vontade de apresentá-la relacionada ao domínio da civilização, como uma zona privilegiada e protegida, em oposição ao universo desconhecido da barbárie um dos aspectos que definem a cultura alimentar dos gregos desse período. O vinho coloca naturalmente os humanos em contato com Dioniso, nos *sympósios* se dá uma forma de reunião que ocorre sob a invocação de Zeus, onde se celebra Apolo, entre outras divindades de acordo com a região, sendo um momento privado de religiosidade simbólica com libações que incluíam juramentos (*synomosìa*) e reforçam as associações políticas (*hetairia*) entre os grupos de bebedores, onde incidiriam as condições emotivas ideais, devendo-se zelar pela tranquilidade (*hesychia*) e pela alegria (*euphrosyne*). No entanto, a cerimônia iniciada de maneira formal terminaria, não raro, de forma libertadora, com cenas que poderiam ser consideradas de excessos e descomedimentos. Nos *sympósios*, se celebravam acontecimentos, se discursava, se declamava poesia, se discutia política, se formavam associações, se faziam libações aos deuses e se fazia sexo; frequentado por uma aristocracia com formação intelectual e poética, em que participavam homens e nobres e, em algumas ocasiões, mulheres “dissolutas” com um papel secundário.

A embriaguez seria valorizada como meio que levava à criatividade poética, de modo que grandes poetas, quase sempre membros das elites, eram também grandes bebedores. O excesso de regulamentos fazia com que fosse tida como um ato civilizado, visto como um progresso cultural, logo “através dessas regras, os homens superiores diferenciavam-se tanto dos *kakói*, dos homens comuns, imersos em seus desregramentos dionisíacos, quanto dos ‘bárbaros’ não gregos, que bebiam de forma selvagem, ignorando as sutilezas cerimoniais” (FERNANDES, 2004: 160).

Hipócrates ficou conhecido pela criação da teoria humoral, investindo no caráter terapêutico do vinho, utilizado como remédio, fazendo parte das dietas, em consonância com a medicina da época, que buscava nos alimentos e nos exercícios o caminho para a boa saúde. Sua desconfiança pela água o levava a considerá-la uma bebida inferior ao vinho, tido como salubre e mantenedor da saúde, o que reforçava a prática de acréscimo de água ao vinho, o que acabava por contribuir para a eliminação de micro-organismos presentes no líquido, como os relacionados à hepatite. Heródoto, por sua vez, teria escrito sobre os diferentes povos, estabelecendo um conhecimento sobre a própria

Grécia por meio de uma relação de alteridade. Se o Egito era considerado a terra dos sábios, o povo cita, de origem iraniana, era visto como selvagem, símbolo do excesso, como se deduz da expressão “beber como um cita”, sendo o uso que se fazia das bebidas alcoólicas uma forma de distinguir socialmente os indivíduos e grupos. Nos *sympósios* o vinho era enfraquecido pela adição de água, sendo comum a medida de três partes de água para duas de vinho. A mistura de metade de vinho e metade de água era considerada ousada, de modo que o vinho tomado puro era tido como perigoso. Assim, um pai poderia selecionar o futuro genro de acordo com o comportamento social que apresentasse nos festins, sendo o uso do vinho um aferidor da reputação e da moralidade pública, como no provérbio *in vino veritas*, de modo que na passagem do mito para o esclarecimento a dominação permanece, ainda que sob outra roupagem.

Em Platão, Sócrates era visto como modelo de bom bebedor, por não se alterar ou perder o autodomínio, ao contrário de Alcebíades, que se excedia no vinho perdendo a lucidez e a compostura. Embora nos escritos iniciais de Platão o vinho tenha figurado como um delírio de inspiração divina, no conjunto mais amplo de sua obra seria tido como um meio de aferir a virtude. Tratava-se, pois, da possibilidade de o indivíduo desenvolver a capacidade do autocontrole para evitar a embriaguez, sem que, para isso, tivesse que deixar de beber, como no provérbio *abusus non tollit usum*, “o abuso não impede o uso". Os banquetes, para Platão, seriam um acontecimento privilegiado da função pedagógica (apolínea) de gerir o próprio beber e de conhecer a si mesmo. Nesse sentido, parece se assemelhar à posição de Heródoto, pois a substância não seria boa ou ruim em si mesma, de forma que o vinho era tido como “um instrumento útil de mediação, de educação pública e de conhecimento de si mesmo e o banquete, como sinônimo de beber e filosofar, seria o momento privilegiado de exercício dessa função pedagógica da gestão do beber com vistas a se evitar a embriaguez” (CARNEIRO, 2010: 64). Sócrates, nas passagens do *Banquete de Xenofonte,* exerceria uma função educadora como um exemplo a ser seguido pelos jovens para que exercitassem o autocontrole. Utilizando o vinho como tema e metáfora, Sócrates reponde a pergunta de Hermógenes sobre o que seria o mau vinho, da seguinte forma: “Ter mau vinho é amargar a companhia por causa do vinho” (2010: 67). Aos poucos, o excesso e os riscos inerentes ao consumo de vinho passam a ser associados aos ditos desvios e enganos, que deveriam ser corrigidos pelo comportamento temperante.

Em Aristóteles, a ideia da virtude associada à temperança tomaria contornos mais nítidos na busca por um ponto de equilíbrio intermediário entre excesso e

abstinência, como neste trecho da *Ética a Nicômaco*: “o que se entrega a todos os prazeres e não se abstém de nenhum torna-se intemperante, enquanto o que evita todos os prazeres, como fazem os rústicos, se torna de certo modo insensível. A temperança e a coragem são destruídas pelo excesso e pela falta” (2010: 10). Vale notar que a insensibilidade na recusa do compartilhamento de bebidas se refere não apenas à negação do compartilhamento do líquido em si, mas daquilo que simboliza, a expressão de laços de amizade. Aceitar uma bebida corresponde também a dizer que se confia no ofertante o suficiente para ingeri-la, a qual se julga não estar envenenada; a recusa, por outro lado, pode soar como uma demonstração de hostilidade, o que podemos sugerir se dar ainda nos dias de hoje, de acordo com as variações culturais.

A visão de Aristóteles em relação ao vinho pode ser representada pelo provérbio latino *aurea mediocritas*, “o caminho do meio”, não condenando o prazer em si, mas o excesso, a embriaguez que leva à perda de controle sobre a vontade e o intelecto, tornando-se contrária à virtude. Assim, com a mente contraposta e sobreposta ao corpo, o esclarecimento se revelaria como uma nova forma de dominação, própria de um *logos* que, para suprimir os mitos, instaura uma ruptura entre sujeito e objeto e entre natureza e cultura, caracterizada por uma alteridade mais radical, que não comporta a subjetividade específica dos mitos, mesmo que nos *sympósios* ainda estivesse presente o caráter enteógeno do vinho, de modo que a relação entre corpo e espírito se perde nos caminhos da ciência moderna.

Galeno teria sido um destacado médico que reunia de forma eclética pensamentos hipocráticos, platônicos e aristotélicos, desenvolvendo a ideia das paixões da alma entendidas como vícios (cólera, luxúria, gula, inveja, tristeza e avareza), que mais tarde foram transformados nos pecados capitais do cristianismo. As funções dos órgãos eram associadas a uma cosmologia na qual as temperaturas se relacionavam com os temperamentos humanos, reformulando, assim, a teoria humoral de Hipócrates. Em sua visão, a insaciabilidade deveria ser considerada a pior das paixões, aquela que levaria ao desejo erótico, à glutonaria e à embriaguez. O vinho deveria, portanto, ser harmonizado sob os princípios de analogia e similitude, simpatia e antipatia. Sua obra refletiria a busca pela justa medida, se tornando uma referência quase inquestionável, de modo que seus postulados se tornam dogmas defendidos pela igreja católica até o aparecimento de Paracelso no século XVI.

Retomando as questões sobre o que levaria a se desenvolver na Grécia uma relação tão especifica com o vinho, em que a substância e seu uso adquirem um lugar

social e cultural capaz de significar um modo de vida tido como civilizado, sugerimos o desenvolvimento de um *logos* esclarecido que ao mesmo tempo em que inclui também exclui, como nos *sympósios*, dos quais apenas uma aristocracia faria parte, o que poderíamos supor acenar como um movimento que parte das camadas mais altas da sociedade para as mais baixas. Assim, o processo de nomeação da capacidade de se compartilhar determinados comportamentos nos usos das bebidas alcoólicas, revelava naquela sociedade uma relação de alteridade capaz de divisar o civilizado do bárbaro reiterando a dominação.

Nos *sympósios*, a ingestão do vinho deveria ser medida sob os preceitos apolíneos da temperança, do *medèn ágan*. A escolha de um simposiarca, que ajustava o teor alcoólico do vinho, devendo evitar que os convivas ultrapassassem o *métron*, diz respeito à existência de uma relação ordenadora e vigilante sobre a embriaguez, desdionizada pela educação apolínea. Dessa forma, os instintos associados ao corpo enquanto natureza deveriam ser domados pelo autocontrole e pela razão da mente enquanto cultura, de modo que cindida natureza e cultura, o esclarecimento busca se dissociar da barbárie, bem como de tudo que pudesse prenunciar a punição mediante a quebra de interditos de ordem política, social e sexual da *pólis*, ainda que, como vimos, no fim da festa, os *sympósios* poderiam se revelar nem tão apolíneos assim.

No processo de transformação do mito em esclarecimento deveria ser excluído tudo aquilo que viesse de “fora”, tido como uma fonte de angústia mítica de um *logos*, que objetiva e objetifica a embriaguez nos usos das bebidas alcoólicas. No primeiro caso, tornando o que é dado ao subjetivo em algo objetivo e, no segundo, fazendo-os objeto do conhecimento. O termo objetificação, segundo Abbagnano (2007), pode ser entendido como o processo pelo qual um objeto torna-se objeto do conhecimento, já objetivação seria a transformação de algo subjetivo em objetivo. O vocábulo grego *ékstasis* se refere à ação de deslocamento, de mudar algo ou o estado das coisas, secundariamente associado à ideia de renúncia, evitação e abandono. A palavra transe, que provém do latim *transire*, significa ir além, trespassar, morrer. O subjetivo passa, nessa ruptura, então, a figurar como uma fonte de angústia mítica para o esclarecimento, de modo que o dionisismo, enquanto corrente mística religiosa, possibilitava, como nas *Anthestérias*, uma experiência radical – digamos –, da embriaguez que remete ao acionamento da potência que está em um plano intermediário, nem de um e nem de outro lado da partilha.

Sobre as contribuições de Vargas é importante situar que ele se debruça na análise dos usos das drogas em geral, e da maconha em específico, de modo que os dois *surveys* de sua pesquisa apontam para que praticamente todos os entrevistados de uma amostra populacional declararam ter feito uso de drogas pelo menos uma vez na vida ou no ano, ainda que dificilmente alguém seria usuário de todas as drogas, ao passo que quase ninguém apareceu como não usuário de qualquer droga. Os *surveys* foram realizados na cidade de Juiz de Fora, sendo utilizados os seguintes descritores para drogas: drogas não psicotrópicas, de uso lícito (analgésicos) ou controlado (retenção de receita médica na farmácia, como os antibióticos); drogas psicotrópicas de uso tolerado (bebidas alcoólicas e tabaco); controlado (ansiolíticos, antidepressivos) ou ilícito (inalantes, maconha, derivados de coca). Os resultados da pesquisa demonstraram que apenas 5,1% dos entrevistados declararam não ter utilizado nenhum dos indicadores descritos como drogas, ou seja, praticamente todos já fizeram uso ao menos uma vez na vida ou no ano.

Sobre os diferentes sentidos atribuídos às drogas em diferentes línguas, guardaria recorrência a ideia de que são ora substâncias materiais, ora juízos de valor (geralmente depreciativos), quando não os dois simultaneamente. Todavia, seja qual for a droga (alimento, condimento, medicamento, inebriante, veneno etc.), o que todas elas possuem em comum seria o fato de serem substâncias consumptíveis, o que significa dizer que para que as drogas sejam drogas é necessário que entrem em contato com corpos vivos, sendo capazes de lhes alterar a percepção ou a vitalidade

Becker (2008), ao abordar o princípio de carreira, que indica a existência de um processo de aprendizado social no uso das drogas, que envolve práticas e técnicas corporais, contribui para pensar o uso das drogas como um processo social de aprendizado e socialização, reversível, não oriundo de um traço psicológico que envolva a predisposição, o que corresponde mormente a uma visão patologizante do uso e do usuário, em que não se distinguem as diferentes formas de uso como assinalam Silva e Delduque (2015).

De todo modo, o universo complexo das drogas e seus usos dizem respeito ao acionamento, em contato com corpos, de uma potência que se revela nas zonas intersticiais, onde simultaneamente ocorrem a subjetivação do corpo e a corporificação do espírito, o que faz com que as fronteiras que distinguem a partilha entre corpo e mente se tornem menos evidente. Fronteiras apagadas, as implicações desse descentramento, que leva à percepção do imperceptível, tangem simultaneamente tanto

ao corpo quanto à mente, partilhados na origem da cosmologia ocidental pela cisão entre natureza e cultura. Nesse sentido, as vertentes clássicas e contemporâneas da teoria social se apresentariam em pelo menos três: as que não problematizam a partilha ontológica desse dualismo, as que privilegiam a materialidade do corpo tido como universal (naturalistas) e a vertente culturalista, que ao problematizar essa última, tendo em vista os trabalhos antropológicos da década de 1970, tende a reduzir o corpo "a uma representação mental, quando não a um 'suporte de símbolos', ou a um 'portador de significados sociais', como se o corpo, sendo também uma ideia, também fosse apenas uma ideia" (VARGAS, 2001: 539). Assim, as dimensões intercorpóreas dos usos de drogas, que dizem respeito tanto às representações mentais quanto às condições corporais, apontam para um desafio ontológico e epistemológico que coloca em xeque a ultrapassagem do dualismo:

> O desafio que, a meu ver, permanece em aberto, não é o de propor uma abordagem que suplante a outra afirmando que um dos termos do dualismo é suficientemente preeminente para englobar o outro, mas também não consiste em propor que se substitua um dualismo por outro. Em vez disso, creio que o desafio que se mantém em aberto consiste em propor uma abordagem que, num certo sentido, dissolva o dualismo enquanto margens contrapostas, isto é, que considere o que se passa, não nas, mas entre as margens, vale dizer, uma abordagem que articule, num mesmo esquema analítico, mentes e corpos, material e simbólico, mas que os articule, não exatamente mediante o levantamento de pontes que uniriam as margens apenas na medida em que elas fossem mantidas separadas, mas mediante a investigação do que (o)corre nos interstícios, nas fendas que se abrem entre elas (2001: 534).

A divisão paradigmática entre mente e razão, que contrapõe e se sobrepõe o cérebro ao coração, ao corpo, aos instintos e às emoções, não seria, entretanto, uma partilha universal, mas cunhada no dualismo de uma cosmologia ocidental. Esse anacronismo reducionista que distingue corpo e mente seria o mesmo que separa os transtornos mentais dos físicos, ainda que exista muito de físico nos transtornos mentais e muito de mental nos transtornos físicos. Assim, os imperativos da razão médica, dos saberes biomédicos em seu estandarte humanista de luta contra a morte, contribuiriam à naturalização e à legitimação de um critério extensivo de preservação da vida tomado como a-histórico, supremo e universal, se impondo como algo tão vital, que não haveria outro motivo em suas práticas se não o de prolongar, sempre que possível, a vida em sua extensão e mesmo a qualquer custo, devendo-se, entretanto, evitar cair na armadilha de outro dualismo:

> Não obstante, para que isso se evidencie, é necessário, de um lado, que se evite confundir extensão com quantidade e intensidade com qualidade, em suma, que se evite fazer uma leitura racionalista de extensão ou uma leitura romântica da intensidade; de outro lado, que se considere a extensão e a intensidade como distribuídas numa polaridade que, sendo tão tensa quanto tênue, é vazada por inúmeras situações intermediárias, isto é, que não se tome nenhum (ou qualquer um) desses dois polos como se constituíssem termos absolutos, vale dizer, que não se reduza a problemática ética aos preceitos morais; enfim, que se considere que esses diferentes modos de engajamento com o mundo não se distribuem da mesma maneira, nem são agenciados com a mesma ênfase nos diferentes segmentos sociais (CARNEIRO, 2010: 559).

Se aqueles que se expuseram mais acentuadamente ao uso de uma das classes de drogas tendem a se expor de modo mais fraco ao uso das demais, existiriam grupos e perfis distintos de usuários para cada grupo de drogas, o que Vargas (2001) entende como agenciamentos coletivos. Esses dizem respeito a formas distintas de engajamento no mundo, agenciadas de diferentes maneiras pelos segmentos sociais, de modo que poderíamos supor que outros aspectos estariam em jogo no se beber como um cita ou como um simposiarca da sábia mistura, como os limites dados pelo contexto social e econômico que ensejam a previsão de condicionamentos e comportamentos de classes, o que abordamos no próximo capítulo.

Neste capítulo, sublinhamos que os princípios da educação apolínea, enquanto um *logos* esclarecido, que se utiliza do medo da punição pelo descomedimento, devendo o indivíduo precaver-se da punição e do destino cego por meio da justa medida, se apresenta como uma forma de dominação que contrapõe e sobrepõe o uso temperante a outros usos das bebidas alcoólicas. A dominação, assim, diz respeito à naturalização de um critério ético e moral de preservação da vida, prolongada em extensão, o que entendemos como um marco inicial ou intermediário do mito para o esclarecimento, que, em sua forma mais acabada, pode se apresentar como o estandarte humanista dos saberes biomédicos, não sendo, portanto, os critérios de uma vida em extensão a-históricos, mas situados, contrapostos e sobrepostos, aqui, às experiências intercorpóreas, que ameaçavam a quebra de interditos e o *status quo* na *pólis* grega, sob o risco de, tomados como supremos e universais, perder-se de vista que essas experiências são formas de ser (a)gente no mundo, nem melhor, tampouco pior:

> Em outros termos, o que as experiências de consumo de “drogas” colocariam em jogo seriam diferentes maneiras de ser “(a)gente”. Consideradas substantivamente, cada uma dessas diferentes maneiras não seria nem melhor, nem pior do que a(s) outra(s), embora cada qual produza, certamente, efeitos bem diferentes em termos dos modos de engajamento com o mundo. Outrossim, elas seriam, conforme as disposições sociais e existenciais

> vigentes, maneiras mais ou menos convenientes de ser "(a)gente", isto é, maneiras mais ou menos adequadas de "a gente", enquanto "agentes", se engajar com o mundo (VARGAS, 2001: 560).

Para concluir, lembramos que ao abordar a *manía* dionisíaca, Detienne (1988) aponta para a dualidade do estado de estar fora de si, separado dos outros e de si mesmo, pois, na impureza das experiências da *manía* que conduzem ao assassinato ou ao infanticídio, o agressor, visto como possuído, poderia, no transe, ser também purificado, de modo que Dioniso como um deus dúbio, do êxtase e do delírio, seria pela mesma via uma potência purificadora de suas consequências. A *manía* em sua origem grega pode ser entendida como loucura, demência. Nesse sentido, a inquietante contiguidade entre agonia e êxtase, na qual se revelam processos potencialmente violentos de destruição e autodestruição relacionados aos usos de drogas, como podemos imaginar ser o caso das experiências de semiconsciência ou semifalecimento dos ritos dionisíacos. Os interstícios guardariam, pois, a potência de roçar as fronteiras da vida e da morte, colocando em evidência a aparente injunção entre agonia e êxtase, o que, no entanto, a despeito de outro dualismo, muitas vezes caminham juntos na experiência do sair de si, povoada de intensidades e que, por mais estranhas ou estrangeiras que possam parecer, sugerem a gestão da morte por afeto à vida:

> Indícios que também chamam a atenção para o fato de que, talvez, o que a corte extática de corpos "drogados" estaria fazendo passar sob seu céu trágico seja ainda uma outra relação entre a vida e a morte: não mais a gestão da vida por medo da morte, mas a gestão da morte por afeto à vida; não mais a que visa a reprodução ou a salvaguarda da panóplia fisiológica do organismo ou a manutenção imortalizada do espírito diante da fatalidade da morte, mas a que se vale da morte, que se estrutura sobre ela, e não apesar dela, que a transforma, fatalidade, em necessidade para a produção da vida, da vida em intensidade, e não em extensão (VARGAS, 2001: 560).

Em suma, neste capítulo, buscamos, a partir da teoria crítica, compreender o processo de esvaziamento do conteúdo do mito dionisíaco, pela ideia de temperança, associada à razão esclarecida dos princípios educativos apolíneos. Se considerarmos que a dominação de que nos falam Adorno e Horkheimer estaria presente desde os mitos, no mito dionisíaco observamos que, ao mesmo tempo em que conferia poder àqueles que manipulavam seus relatos, por outro lado, poderia significar expressões sociais subversivas aos interditos da *pólis* grega. No caso da embriaguez dionisíaca, em que o *ékstasis* caminha junto com a agonia, destino cego, diz respeito a diferentes formas de engajamento com o mundo por meio de experiências intercorpóreas povoadas de

intensidades, que roçam as fronteiras entre a vida e a morte, o que se refere à existência de diferentes agenciamentos coletivos em torno no uso de drogas, bem como às diferentes formas de ser (a)gente no mundo, sendo o lugar dos interstícios uma fonte de angústia mítica do esclarecimento apolíneo.

3 O *LOGOS* DA DISTINÇÃO: A DISPOSIÇÃO INCORPORADA E INTERCORPÓREA DO *HABITUS* E DO GOSTO



Giulia Panno

Neste capítulo, damos continuidade à problematização do *logos* esclarecido no que se refere aos signos que adquirem as bebidas a partir de um recorte sócio-histórico situado na Idade Média, Idade Moderna e parte da Idade Contemporânea. Assim, em um primeiro momento, buscamos problematizar as transformações do *logos* no choque entre culturas, que ocorre na passagem da Antiguidade para a alta Idade Média, em que observamos o lugar valorativo que os regimes alimentares e etílicos adquirirem na

configuração de signos inscritos nas relações de poder e a reconfiguração dos preceitos da temperança da educação apolínea incorporados às virtudes do cristianismo.

Em seguida, apresentamos a "Cadeia do Ser", situada na passagem da Idade Média para a Idade Moderna, que associamos à existência de um *logos* esclarecido cunhado em uma filosofia natural e que ainda não negava a dimensão mítica ao criar critérios hierárquicos de nomeação da natureza, o que justificaria a escolha dos alimentos de acordo com o lugar social, estendendo a dominação sobre a natureza à dominação dos humanos sobre os próprios humanos. Nesse sentido, buscamos problematizar a influência do desenvolvimento da ciência positivista na configuração de um *logos* de alcova, que se anunciava desde as normas de comportamento, em que sublinhamos o afrouxamento dos laços da cozinha com as prescrições da dietética hipocrática-galênica, que a libertaria para a gulodice e o bom gosto.

Para finalizar, buscamos apresentar aspectos teóricos do *habitus* e do gosto para posteriormente pensá-los a partir do contexto do capitalismo industrial, com recorte na Revolução Industrial inglesa. Assim, sugerimos que o *habitus* e o gosto pelas *luxury foods* e pelos destilados, embora mutáveis, constituem sentidos sócio-históricos estritamente associados à dimensão físico-material das bebidas. Buscamos problematizar sobre a possibilidade de as mesmas condições de existência incidirem condicionamentos de classes, que se referem a *habitus* e gostos constituídos em uma complexa articulação estruturada e estruturante, que antecipam disposições incorporadas, não menos intercorpóreas, de estilos de vida, que se referem, em última instância, às condições socioeconômicas e às contradições e conflitos da luta de classes do modelo de produção capitalista, que reiteram a dominação por meio da distinção.

3.1 O CHOQUE ENTRE CULTURAS: ALIMENTAÇÃO COMO SIGNO DA DIFERENÇA

De acordo com Bakhtin, que parte de uma base marxista, todo o produto ideológico faz parte da realidade como um produto dela contendo um significado que reflete e refrata a realidade. Para o autor, tudo que é ideológico pode ser entendido como um signo, de modo que "ao lado dos fenômenos naturais, do material tecnológico e dos artigos de consumo, existe um universo particular, o universo do signo" (2014: 32). Os signos também corresponderiam a objetos naturais específicos, que, como produto natural, tecnológico ou de consumo, tornados signos adquirem um sentido

capaz de ultrapassar suas próprias particularidades. Em *Marxismo e filosofia da linguagem*, o autor nos brinda com o exemplo do pão e do vinho relacionado ao cristianismo:

> O pão e o vinho, por exemplo, tornaram-se símbolos religiosos no sacramento cristão da comunhão. Mas o produto de consumo enquanto tal não é, de maneira alguma um signo. Os produtos de consumo, assim como os instrumentos, podem ser associados a signos ideológicos, mas essa associação não apaga a linha de demarcação existente entre eles. O pão possui uma forma particular que não é apenas justificável pela sua função de produto de consumo; essa forma possui também um valor, mesmo que primitivo, de signo ideológico (por exemplo, o pão com forma de número oito ou de uma roseta) (BAKHTIN, 2014: 32).

Assim, determinados grupos de objetos, como as bebidas, dão origem a signos por meio da interação semiótica da linguagem, de modo que "cada etapa do desenvolvimento da sociedade, encontram-se grupos de objetos particulares e limitados que se tornam objeto da atenção do corpo social e que, por causa disso, tomam um valor particular" (2014: 46). Partimos, assim, da ideia de que os signos relacionados à alimentação se transformam ao longo do tempo em reações semiótico-ideológicas ligadas às condições socioeconômicas, que se referem às bases da existência material que configuram os índices de valor consubstanciados em certo consenso social:

> É por isso que todos os índices de valor com características ideológicas, ainda que realizados pela voz dos indivíduos (por exemplo, na palavra) ou, de modo mais geral, por um organismo individual, constituem índices sociais de valor, com pretensões ao consenso social, e apenas em nome desse consenso é que eles se exteriorizam no material ideológico. (BAKHTIN, 2014: 46).

Em sua leitura sobre Bakhtin, Miotello (2008) considera que determinado grupo social forma um universo de signos, que, além do sentido físico-material, adquire sentido sócio-histórico a partir de um ponto de vista da realidade, em cujo lugar valorativo se revela o domínio ideológico sendo o ponto de vista, o lugar valorativo e a situação determinados sócio-historicamente. Dessa forma, a seguir, buscamos identificar os sentidos físico-material e sócio-histórico no que se refere ao lugar valorativo das bebidas nos regimes alimentares localizados no choque entre culturas, que ocorre entre os romanos e os povos ditos bárbaros na passagem da Antiguidade para a alta Idade Média.

Embora tradicionalmente se considere a Idade Média de forma homogênea, os modos alimentares se distinguem sobremaneira de um período para outro, o que faz

necessário dividi-la em: alta (até o século X), plena (XI-XIII) e baixa (XIV-XV). Em relação aos tipos de alimentos consumidos, o modelo alimentar de herança greco-romana se basearia na tríade formada pelo pão, óleo e vinho. A agricultura e a criação de animais seriam tidas pelos romanos como um símbolo de civilização e de superação da natureza, enquanto o sistema agro-silvo-pastoril, a caça e a coleta, estariam relacionados ao modo de vida selvagem dos povos bárbaros. Nesse sentido, podemos sinalizar a cisão cosmológica da racionalidade ocidental no que se refere à natureza e cultura, dualidade que acaba pelo processo de esclarecimento contrapondo e sobrepondo a ideia de humanidade à natureza, levando à distinção entre as bebidas advindas da coleta, como o hidromel, daquelas desenvolvidas a partir da aplicação de determinadas técnicas, como o vinho.

Segundo Schneider, tanto na organização de valores (superestrutura), quanto das possibilidades de meios e de modos de produção (estrutura), a alimentação demanda um esforço propriamente humano para a manutenção da vida em diferentes épocas e culturas. O autor chama a atenção para a intrínseca relação entre alimentação (sabor) e trabalho (saber), de modo que o gosto se desdobraria da alimentação para os demais juízos de valor. Mesmo que não se deva reduzir o sentido de todos os juízos de gostos aos imperativos utilitários da alimentação: "insistimos que se deve buscar o desdobramento do termo gosto, do paladar para os juízos de valor, no fato de o trabalho necessário à alimentação anteceder todas as demais produções humanas, materiais e simbólicas" (SCHNEIDER, 2015: 56-57).

A alimentação exerceria, assim, um papel material e simbólico essencial na constituição da alteridade, como no que se refere ao lugar valorativo do vinho enquanto uma bebida superior a outras, como o hidromel, uma vez que sua produção requer a aplicação de determinada técnica associada à agricultura, o que diz respeito a certo domínio da natureza inculta. Podemos observar uma espécie de origem ou marco intermediário em que determinados saberes, como os dados pela técnica na produção de bebidas fermentadas, se apresentavam enquanto um *logos* esclarecido que sinalizava, desde então, certa relação entre o saber e a formação do gosto, em que o primeiro legitimaria o segundo. Assim, a relação entre saber/sabor estaria na origem do termo gosto, a palavra grega *sophos* (sábio) pertence etimologicamente à família *sapio* (degustar), sendo *sapiens* o degustante e *saphes* o que é perceptível ao gosto, perspectiva também observada na origem do termo saber, que na etimologia latina viria de *sapio*, que se refere a "ter sabor, ter bom paladar, ter cheiro, sentir por meio do gosto,

ter inteligência, ser sensato, prudente, conhecer, compreender, saber" (HOUSSAIS e VILLAR, 2001: 2489).

No choque entre culturas, a oposição entre os modelos alimentares e as civilizações ficaria mais evidente nos séculos III-IV, quando as relações de forças entre os povos germânicos, ditos bárbaros, e o império romano começam a se inverter, com o domínio dos primeiros sobre os segundos. Esse conflito tomaria novos contornos nos séculos seguintes, passando por um complexo fenômeno de integração no qual o império romano, ou o que dele restou, absorveria e reconfiguraria o consumo da carne, que desempenhava um papel central no regime alimentício bárbaro. O que muda, sobretudo, é a maneira de conceber o consumo de carne que abala o prestígio até então indiscutível da tríade agrícola trigo-vinho-óleo. A dessacralização da carne a tornará um simples "alimento cotidiano", cujo consumo passa a ser considerado normal.

O consumo de pão se estenderia a toda a Europa, ainda que em um lugar valorativo secundário em relação à carne, o pão estava no ápice da escala dos valores nutricionais da dietética de origem greco-romana, regida sob os princípios de analogia e similitude e que percorre toda a Idade Média. A tríade romana se consolidaria na Europa por influência do cristianismo dando sentido sócio-histórico à base físico-material, incorporando-se o pão como o corpo de Cristo e o vinho como o seu próprio sangue. O caráter enteógeno do vinho teria se reduzido a um nível mínimo desde os romanos que, ao contrário dos gregos, não acreditavam ser possível entrar em contato com alguma divindade bebendo uma ânfora de vinho, sendo Baco, muitas vezes, visto de maneira jocosa. Assim, era mais comum que bebessem por motivos profiláticos, nutricionais ou por diversão, mantendo um nível religioso mínimo, desaparecendo a distinção entre o ato de comer e de beber, passando ambos a serem realizados ao mesmo tempo.

Ainda que o vinho permaneça como uma bebida especial, os romanos dariam maior atenção à etiqueta e às regras de precedência e ao lugar social que se ocupava na mesa. Menos disciplinados do que os gregos, os banquetes romanos terminavam comumente em embriaguez, quando muitos convidados eram levados caídos por seus escravos. A associação da bebida às refeições faria com que surgisse um regime etílico no qual se bebia quase diariamente, ainda que em menor quantidade, o que reforçava a ideia da moderação, adquirindo as bebidas um lugar mais corriqueiro nas práticas do cotidiano. A cerveja, bebida símbolo da cultura germânica, fazia parte dos rituais pagãos que marcavam oposição à sacralidade cristã do vinho, cujo consumo se estendia

a toda a Europa, sobretudo a cristã, sendo considerada ao longo da Idade Média uma bebida superior à cerveja. As sociedades humanas são, assim, extremamente variadas no que concerne ao lugar ocupado pelas bebidas alcoólicas na cultura, o que revela o caráter iminentemente histórico e local de suas experiências etílicas, que organizam e conferem sentidos sociais à ingestão de substâncias alteradoras da consciência.

Como observa Vargas (2001) sobre a polêmica em torno das especiarias, mais do que a sua utilização para fins medicinais, conservante ou veículo de distinção, a fissura pelo uso que teria levado às grandes navegações, estaria relacionada ao acionamento do imaginário daquilo que viria de um lugar distante, como do Oriente. Por meio das cruzadas, os europeus teriam se fascinado pela riqueza e pela qualidade de vida que encontraram, visto que, com a queda do Império Romano, a Europa perderia o prestígio e a posição hegemônica que detinha. Ademais, na era medieval eram comuns as fábulas que falavam do paraíso, como o País de Cocanha, tido como um lugar extraordinário de liberdade, ociosidade e juventude, situado no além-mar, transposto da realidade medieval marcada, não raro, pela alternância entre a fome e a abundância. A primeira versão escrita do mito da Cocanha seria proveniente do norte francês, conhecido como *fabliau de Cocaigne*, de meados do século XIII. No paraíso de Cocanha a abundância seria uma constante. Os mitos medievais poderiam ser uma reconfiguração de mitos da Antiguidade constituindo, de todo modo, um conjunto de fabulações sobre o Paraíso Terreal que fascinou, durante séculos, o imaginário medieval, tendo um papel de destaque na conquista do Novo Mundo. Diferente do paraíso cristão, o País de Cocanha poderia ser alcançado independentemente do comportamento. O gosto do vinho talvez fosse semelhante ao gosto do paraíso acionado pelas especiarias que, no caso do vinho, demandava certo saber/sabor da agricultura e das técnicas de cultivo da vinha, sendo a terra a base do sistema de produção na Idade Média, em um movimento do *logos* que contrapõe e sobrepõe humanidade à natureza inculta.

Na mesma perspectiva, ao problematizar a fissura pelas especiarias, Flandrin traz a cerveja e o vinho como exemplo para justificar que a raridade de um produto não seria um fator determinante o suficiente para que seja procurado, valorizado, pois "é necessário também que seja considerado superior aos demais que podem cumprir a mesma função" (2015a: 479). Por conseguinte, a cerveja poderia ser extremamente rara nos países das vinhas, como o vinho era nos países sem vinha, mas, nem por isso, a cerveja se tornou uma bebida mais procurada e valoriza do que o vinho, comumente visto como uma bebida superior à cerveja em toda parte.

Nesse intrincado cenário, Carneiro (2010) entende que “no plano dos valores alimentares, o Cristianismo é o verdadeiro herdeiro do mundo romano e de suas tradições, de modo que o pão, o vinho e o óleo, que, de certo modo, simbolizam o modelo mediterrâneo tornaram-se sagrados pela liturgia cristã” (2010: 208). Assim, além da relação entre saber/sabor que marcaria a cisão entre natureza e cultura, a partilha entre mente e corpo, com a proeminência do primeiro sobre o segundo, também contribuiria ao lugar valorativo dado ao vinho. Relacionada à ideia de civilidade, a temperança seria incorporada ao cristianismo como uma virtude, de maneira que autocontrole e domínio dos instintos, da mesma forma, se contraporiam e se sobreporiam a outros usos, como o excesso e a embriaguez desmedida dos povos ditos bárbaros. O cristianismo construiria seus dogmas sob a influência da ideia de virtude, baseada em Platão e Aristóteles, de modo que Tomás de Aquino teria se inspirado nos princípios da escolástica como as noções de virtude e de vício. As virtudes dos quatro planos da alma de Aristóteles seriam reconfiguradas nas sete virtudes cristãs, divididas entre teologais e cardeais, entre as quais permaneceria a temperança, para a qual Tomás de Aquino no século XIII dedicaria vários textos. Vale lembrar que a ideia de temperança na versão clássica grega – *sophorosyne* – mesmo na noção médica hipocrática-galênica da teoria dos humores, não fugia do vinho.

Vale lembrar que, a oposição cultural entre vinho e cerveja, entre civilizado e bárbaro, entre o beber moderado e a embriaguez desmedida, serviu de base para elaboração de modelos de comportamento e para a construção das identidades latinas e nórdicas, ainda que, durante milhares de anos, os dois mundos etílicos, sob a mesma raiz indo-europeia, se desenvolveriam seguindo caminhos relativamente distintos. O lugar da diferença que confere a distinção se refere não apenas ao conflito entre culturas, mas ao conflito entre classes sociais, como no caso do pão no império romano. Nas cidades se consumia o pão *ros*, de trigo, enquanto os camponeses comiam a *micha*, pão escuro feito de cereais considerados secundários, como o centeio e a cevada. A cor do pão seria também um símbolo de condição social, pois, além de distinguir a aristocracia da plebe, distinguia camponeses e citadinos:

> Numa sociedade que se preocupava em explicar as diferenças sociais por toda espécie de meios, o tipo de alimentação permitia estabelecer uma segregação não só entre diferentes classes, mas também entre cultura rural e urbana. O pão branco dividia o citadino urbano das populações rurais (GRIECO, 2015: 466).

Cabe sinalizar que, atualmente, ao menos no contexto brasileiro, a cor escura do pão, feito de cevada ou centeio, apresenta maior índice de valor do que o pão de trigo, o ordinário pão francês, sendo mutável, portanto, o sentido físico-material e sócio-histórico que adquire o signo constituído a partir do ponto de vista de dada realidade, em cujo lugar valorativo se revela o domínio ideológico. Assim, o signo da diferença se apresenta por meio de uma relação semiótico-ideológica associada às condições socioeconômicas. A partir do ponto de vista de determinada realidade, mutável, cujo lugar valorativo diz respeito a um domínio ideológico, sugerimos a reiteração da dominação no que se refere à capacidade de o *logos* esclarecido distinguir o lugar social dos indivíduos inscrito nas relações de poder. No caso do vinho, a partilha entre natureza e cultura, que confere um lugar distintivo à agricultura e ao cultivo da vinha, que aponta para certo saber/sabor, parece se apresentar em uma perspectiva semelhante à partilha entre corpo e mente, sendo o *logos* da educação apolínea reconfigurado às virtudes do cristianismo. No intuito de ensaiar uma continuidade sócio-histórica, a seguir trazemos um recorte em que buscamos problematizar as transformações do *logos* do esclarecimento na passagem da Idade Média para o Renascimento.

3.2 A "CADEIA DO SER": DO LOGOS DA DIETÉTICA AO LOGOS DE ALCOVA

Grieco (2015) entende a "Cadeia do Ser" como uma concepção de preceitos coletivos aceitos por uma maioria que funcionava como uma espécie de código adequado para definir a natureza dos alimentos classificados entre nobres ou vulgares. Essa concepção, que surge no final da Idade Média para a Renascença, reunia um conjunto de teorias tidas como objetivas na época, se fundando sob uma série de analogias entre o universo natural, criado por Deus, autor de todas as leis, e o universo humano. Assim, o mundo natural e o mundo social se organizariam de acordo com um princípio vertical e hierárquico que impunha uma ordem particular à natureza:

> Imaginava-se que essa grande cadeia compunha uma ordem particular à natureza. Com efeito, não satisfeita em ligar o mundo dos objetos inanimados a Deus, ela também integrava o conjunto da criação a um plano grandioso. As plantas e os animai, todos criados por Deus, ocupavam um lugar definido, entre os dois extremos dessa cadeia. Além disso, a criação divina era concebida como uma entidade perfeitamente hierárquica, na qual cada elemento tinha o seu lugar. Qualquer planta ou animal era mais nobre do que o que se situava mais abaixo e menos nobre do que o que ocupava o lugar

> imediatamente superior; assim, duas espécies diferentes de plantas ou animais jamais poderiam se revestir do mesmo grau de nobreza (GRIECO, 2015: 472).

Santos e Campos (2014) analisam a "Cadeia do Ser" a partir das obras acadêmicas dos filósofos naturais no século XVIII, marcado pelo contexto do iluminismo. Consideram que a *scala naturae*, como também era conhecida, embora não fosse adotada da mesma maneira pelos filósofos naturais, evidenciava as relações entre a filosofia e a teologia natural. O crescente movimento de condenação às interferências religiosas nesse período não seria suficiente para manter a distância entre o campo teológico e o laico. A tarefa seria a de ordenar e nomear o mundo natural como uma possibilidade de interpretar a obra divina: "o que veremos, portanto, é que na filosofia natural setecentista, amparada por uma verdade bíblica, o estudo dos animais e homens também se prestava à instrumentalização do antropocentrismo" (2014: 1217). Assim, o saber iluminado não negaria a Bíblia, mas as explicações exclusivamente baseadas nela, pois, mesmo entre os enciclopedistas, Deus seria o criador da ordem encontrada na natureza. Eles buscam refletir sobre essa ordem por meio do encadeamento dos seres. A "Cadeia do Ser" poderia, assim, ser entendida como uma contínua escala dos seres, em melhora linear e unidirecional, de modo que alguns defendiam uma gradação do mais imperfeito ser para o mais perfeito, outros, o contrário. As mínimas características de cada ser seriam classificadas em um emaranhado complexo de relações, de modo que os critérios morfofisiológicos tomavam o europeu como referência, sendo os demais humanos seres brutos.

Segundo Grieco, a "Cadeia do Ser" era subdividida em quatro elementos – terra, água, ar e fogo –, compostos por plantas e animais, reais ou mitológicos. A terra seria o elemento mais vil, situada na base do sistema hierárquico, de modo que, nas ideias botânicas da época, as plantas menos nobres eram as que produziam bulbo comestível subterrâneo, como a cebola, em seguida viriam as plantas das quais se comem as raízes, como o nabo e a cenoura. Interessante notar que as árvores frutíferas seriam vistas como adequadas às elites, cuja superioridade natural se devia ao fato de os frutos se formarem mais distantes do solo, o que levaria, por exemplo, a goiaba a ser considerada uma fruta superior ao morango, devendo, a hierarquia da "Cadeia do Ser", se adequar ao consumo da hierarquia social, o que se refere a um ensaio de nomeação sobre a natureza que se estende à dominação do humano sobre o próprio humano. Assim, os pequenos pássaros canoros de manifestação aérea seriam uma paixão culinária dos últimos séculos da

Idade Média. Em relação aos quadrúpedes, o vitelo seria o mais apreciado, seguido pelo carneiro, de modo que ambos se distanciavam do porco, particularmente desprezado ao ser conversado no sal, e por se tratar de uma carne mais popular.

A "Cadeia do Ser" não conseguia explicar tudo, preenchendo, entretanto, duas funções: i) o ordenamento do mundo natural de maneira inteligível, ii) a conferência de um valor social aos alimentos, criando um código associado às distinções sociais. Nesse sentido, o esforço em ordenar o mundo de forma inteligível, criando critérios capazes de justificar o lugar dos alimentos de acordo com as distinções sociais, ainda contava com um *logos* que permitia a dimensão do divino tal como estaria ainda presente na obra de Descartes (1989).

O *logos* esclarecido de um estágio inicial ou intermediário da nascente ciência ocidental seria capaz de articular filosofia e teologia natural, lançando as bases do racionalismo moderno e dirigindo uma crítica às falsas ilusões, aos mitos, que *O discurso do método* buscou aniquilar, embora desses não se desfizesse no que tange à dimensão da presença de Deus na obra. As contribuições de Descartes, assim como as dos filósofos da natureza ou primeiros cientistas modernos, estabeleceriam as bases de uma nova visão de mundo, do nascente mundo-máquina no afã de excluir a dimensão da magia, do que viesse de fora, assim: "perderam-se a visão, o som, o gosto, o tato e o olfato, e com eles foram-se também a sensibilidade estética e ética, os valores, a qualidade, a forma; todos os sentimentos, motivos, intenções, a alma, a consciência, o espírito" (Laing *apud* CAPRA, 1982: 51).

Destarte, com o desenvolvimento da ciência positivista, se instauraria de forma mais radical o distanciamento entre sujeito e objeto em uma crescente delimitação de fronteiras teóricas e metodológicas como uma condição para que o conhecimento avançasse, o que levaria a um movimento crescente de especialização e disciplinarização dos ramos da ciência. A ciência positivista surge, então, marcada pela influência da linguagem matemática, de modo que a revolução científica contribuiria para aprofundar o conhecimento do mundo físico rompendo com a confluência entre saberes do período medieval, em que, na ausência do método, seria possível o diálogo entre conhecimentos de diferentes ordens, como ocorria na alquimia.

Como entende Carneiro (2010), a teoria humoral relacionava os quatro elementos do universo (fogo, água, ar, terra) aos quatro órgãos do corpo (coração, fígado, baço e cérebro), nos quais corriam quatro secreções chamadas humores (sangue, bílis amarela, bílis negra, fleuma), de modo que o arranjo entre esses elementos

constituiria os quatro comportamentos característicos dos indivíduos: sanguíneo, colérico, melancólico, fleumático. Outrossim, podemos considerar que o *logos* esclarecido estaria presente nas precisões médicas das dietas especiais, a dietética, sendo a alimentação a base do conhecimento hipocrático-galênico da teoria humoral.

Para Flandrin (2015b), durante toda a Idade Média, as dietas que estavam para a teoria humoral davam àqueles que gozavam do acesso a esse *logos* a melhor maneira de cozinhar, temperar e comer os alimentos. Todavia, nos séculos XVII e XVIII, essas preocupações tenderiam a desaparecer, as referências à antiga dietética aos poucos se apagariam, de modo que os cozinheiros passariam a se ater à harmonia dos sabores, que antes eram sabiamente classificados do mais frio ao mais quente, constituindo uma indicação segura da natureza dos alimentos e de sua digestabilidade. Nesse sentido, o desenvolvimento da ciência moderna gradualmente desbancaria a noção médica hipocrática-galênica da teoria dos humores, afrouxando os laços entre a cozinha e a dietética.

Nesse processo, a cozinha libertaria de certa forma a gulodice, de modo que o refinamento da cozinha deixa de visar o mantimento da boa saúde para satisfazer o gosto dos glutões ou daqueles com paladar apurado o suficiente para apreciar as iguarias, sendo peritos na arte de reconhecê-las. O autor nota que, na França, a noção de gosto se desenvolveria no momento em que os progressos da química e da fisiologia experimental negavam a antiga teoria hipocrática-galênica, muito antes que uma nova dietética viesse a se estabelecer de forma sólida. Esse conjunto de circunstâncias teria desviado por três séculos, cozinheiros e consumidores das tradicionais preocupações dietéticas, ainda que ressurgidas, mais recentemente, por meio das ciências da Nutrição. A ideia de culinária como uma arte, no entanto, não estaria pura e simplesmente a serviço da gula, do pecado capital, mas do bom gosto, como todas as belas-artes, acompanhando os ideais do classicismo (FLANDRIN, 2015c).

As mudanças nos costumes e emergência da etiqueta e das normas de comportamento em torno da mesa se anunciavam paulatinamente desde a transição da sociedade medieval, da nobreza de cavalheiros, para a aristocracia das cortes absolutistas. Elias (2011) se volta aos tratados e manuais de boas maneiras, como o de Erasmo de Rotterdam, do século XVI, em que descreve o comportamento socialmente aceitável, bem como os costumes à mesa, que se tornariam signos de distinção social como um meio de introduzir a aristocracia às conversas e ao convívio através do compartilhamento de códigos específicos e da interiorização de normas e valores

comuns. O autor sublinha que esses costumes que acompanham o emprego dos utensílios à mesa, como o garfo, bem como a maneira de manuseá-los, se deu de forma lenta e gradual a partir dos estratos mais altos da sociedade para os mais baixos, ditando o que se deveria fazer, ou não, à semelhança do que se fazia na corte. Os tratados se dirigiam às pessoas que desejavam conhecer os costumes da corte, a exemplo da nobreza provinciana e das classes médias altas, se apresentando como o passaporte para o reconhecimento e a ascensão social.

No início da Idade Média, as pessoas se serviam em travessas comuns utilizando poucos utensílios, sendo os sólidos, principalmente a carne, pegados com as mãos e as sopas e os molhos bebidos levando-se os pratos ou travessas à boca, sendo partilhados os mesmos talheres e copos. No entanto, a partir do século XIII, seria possível observar certa opulência no uso de talheres feitos de metais preciosos. Já no século XVI, o tratado *De civilitate morum puerilium* de Erasmo teria grande circulação em sucessivas edições, com 30 edições lançadas nos primeiros seis anos de sua publicação. No século XVIII os livros de cozinha deixariam de se apresentar na subseção de medicina, higiene ou dietética, passando a compor a seção de ciências e artes ao lado de artes aristocráticas, tais como a equitação, a esgrima, a dança e a caça.

A maioria dos costumes evoluiriam mormente calcados por aspectos subjetivos, como as emoções, ainda que mais tarde a ciência gerasse conexões causais que poderiam referendar a eficácia dos mesmos. Essas transformações, portanto, se dariam mais virtude de um *logos*, digamos, de alcova do que por um *logos* científico. Os critérios conferidos pelo domínio de normas de comportamento e de etiqueta passam a ser motivo do desejo daqueles que buscavam se distinguir socialmente, o que se refere à existência de um *logos* que aciona a dimensão intercorpórea da partilha entre mente e corpo contrapondo e sobrepondo o primeiro ao segundo, a fim de serem domados os instintos pelo autocontrole, censurando por meio da sensação da vergonha e de embaraço, os costumes considerados indesejáveis, ou seja, que não atenderiam as necessidades de distinção de uma elite por um novo estilo de vida, o que justificaria condutas racionalmente inexplicáveis.

3.3 FRAGMENTOS TEÓRICOS DO *HABITUS* EM BOURDIEU: NOTAS SOBRE O GOSTO

Ao discorrer sobre a abordagem dos corpos no dualismo das vertentes naturalista e culturalista, apresentando a problemática da partilha entre corpo e mente, sobretudo quando o corpo passa a ser tido como uma expressão tão somente da cultura, um suporte de símbolos, Vargas (2001) aponta para que Nobert Elias e Pierre Bourdieu dariam maior atenção ao corpo. Em *O processo civilizador* (2011), Elias trata de observar como os processos de longa duração ensejam mudanças de comportamento e de costumes, entendidos como socialmente definidos e historicamente mutáveis. Assim, seu esforço se daria na direção de uma análise da relação entre indivíduo e sociedade, observando tanto sua relação com a personalidade, quanto com as estruturas sociais, tomadas como mutuamente dependentes e contextualizadas de acordo com a época. Já em Bourdieu, embora o corpo apareça de forma indireta em sua obra, não sendo uma categoria analítica central, sua contribuição seria bastante elucidativa ao observar que a dedicação ao corpo aumenta na medida em que decrescem suas funções econômicas. Assim, a teoria do *habitus* poderia ser entendida como uma tentativa de escapar das perspectivas mecanicistas e dualistas entre subjetivismo e objetivismo, como por meio da noção de disposição incorporada. No corpo, como substrato do *habitus*, se inscreveriam as relações de poder que reproduzem nele o sistema de dominação da sociedade, se distanciando de modelos que centralizam os valores impostos do exterior aos agentes sociais.

Em Bourdieu (2013), entendemos o *habitus* como um produto social inscrito historicamente, que mantém esquemas que se perpetuam ao longo do tempo, garantindo a presença de experiências passadas no pensamento e nas ações presentes, ao passo que também se modifica. Essa visão se aproxima de Elias no que tange aos padrões que se desenvolvem e se modificam em processos de longa duração, pois como um passado que sobrevive de forma contínua, o *habitus* se atualizaria por meio de princípios e práticas estruturadas na sociedade e estruturantes na dimensão de cada indivíduo. Não sendo o *habitus* estático, mas passível de transformações, os condicionamentos e as condições de existência engendrariam certa coerência ainda que regulem sua capacidade de mudança. Incorporado, o *habitus* chegaria a ser esquecido, gerando práticas espontâneas, atuando como um capital acumulado, capaz de transcender a consciência individual e coletiva, como através do que se considera uma conduta razoável. Assim,

se gerariam práticas e representações previsíveis ou esperadas, que antecipam determinado porvir em um contexto dado pelas condições de existência.

Wacquant (2007) considera que a teoria do *habitus* permite pensar a reciprocidade na interação, sendo o *habitus* permeado ao mesmo tempo por princípios de socialização e de individualização. Os princípios de socialização podem ser entendidos como categorias de juízo e de ação que partem da sociedade para o indivíduo, sendo partilhados por sujeitos submetidos a condicionamentos semelhantes. A individualização, por sua vez, se refere a um processo no qual cada indivíduo possui uma trajetória singular e única que engendra uma combinação específica de esquemas. Assim, o *habitus* seria concomitantemente estruturado pelas condições sociais e estruturantes por meio de ações e representações de âmbito individual.

Vargas conclui que Elias e Bourdieu, cada qual à sua maneira, avançaram no intuito de ultrapassar certas antinomias do pensamento social, como as que dividem indivíduo e sociedade, subjetivismo e objetivismo, determinação e livre arbítrio. Assim, evidenciariam as inter-relações entre o controle do corpo e a posição dos agentes sociais, entendendo que os corpos são inscritos em práticas de aquisição de *status* e estratégias de distinção. Adverte que sua crítica aos autores não diz respeito a considerar que compartilhem do princípio da partilha, mas que nas ciências sociais a ultrapassagem das antinomias em relação aos processos de corporificação e subjetivação dos usos de drogas permaneceriam em aberto, como se a corporalidade fosse o oposto da subjetividade, como se a mente tão somente determinasse o que pode um corpo.

Em *A distinção*, Bourdieu entende o gosto como "propensão e aptidão para apropriação – material e/ou simbólica – de determinada classe de objetos ou de práticas classificadas e classificantes" (2015: 165), sendo a fórmula geradora que se encontra na origem dos estilos de vida, entendidos como conjunto de preferências distintivas. O gosto, assim, engendraria escolhas constitutivas dos estilos de vida atribuindo-lhe sentido a partir de um sistema de oposições e correlações de classe. Em seu esforço de reflexão sobre o gosto, Schneider (2015) dialoga com Bourdieu em diversos momentos e considera que o autor não deixaria clara a diferença entre gosto e o *habitus*, utilizando por vezes as mesmas palavras para definir ambos. Para Schneider, a formação do gosto aciona o intercâmbio material do corpo humano com a natureza exterior, desde sua origem culturalmente mediada, sendo o ponto de encontro entre sensibilidade e razão, corpo e mente, natureza e cultura, que marcaria a nossa individualidade. O gosto faria

parte de um universo identitário, qualquer que seja, de modo que, enquanto escolha, estabelece uma hierarquização valorativa em que sublinha a dimensão ideológica:

> O gosto, como escolha, ou hierarquização valorativa das coisas (materiais ou simbólicas), isto é, como medida de seu valor de uso, estando as necessidades básicas de sobrevivência satisfeitas, é uma síntese (inconsciente) da expressão distintiva de cada coisa (de sua materialidade) e das experiências singulares concretas da percepção individual, mediada pelo conjunto de valores simbólicos coletivos (cânones mais ou menos formalizados de uma cultura); esta mediação é o que lhe atribui necessariamente uma dimensão ideológica (...). (SCHNEIDER, 2015: 159).

Uma questão fundamental trazida se refere à relação entre o gosto e o capital dado por uma disparidade de forças do capital, que, enquanto potência universal, se confronta com cada indivíduo particular. Os valores simbólicos e os cânones não seriam absolutos ou eternos, como o *habitus* e o gosto, cuja mudança seria delimitada pelo modo de produção hegemônico e pela estratificação de classes. Na formação do gosto, os recursos materiais e o repertório simbólico comum, desigualmente distribuídos, se traduzem em interesses convergentes e conflitantes em meio à luta de classes, em última instância determinada pelos lugares ocupados pelos indivíduos nas relações de trabalho, o que não se processa, de todo modo, de forma linear ou mecânica. As experiências estruturantes na dimensão da singularidade individual seriam condicionadas à determinada estrutura, que se apresenta como um campo heterônomo de possibilidades que delimita a margem de atuação do gosto, que "é e não é culturalmente determinado, assim como é e não é determinado pelas experiências concretas dos sujeitos" (2015: 292). Outrossim, o "gosto possui uma função prática tão simples quanto decisiva na relação do sujeito com o objeto: é ele quem atribui ao último, de forma pronta e imediata, a qualidade de útil e inútil, belo ou feio, agradável ou desagradável", sendo "o resultado de uma ação qualquer do objeto sobre os sentidos, capaz de identificar e avaliar, na forma simples, mas vigorosa de um sim ou um não, se o objeto possui o sentido objetivo de ser desejável ou indesejável para os sentidos subjetivos do sujeito" (2015: 290).

A seguir, sugerimos um recorte no contexto do mercantilismo e da Revolução Industrial inglesa, a fim de problematizarmos as relações entre as condições de existência e os princípios e práticas em torno dos usos de bebidas alcoólicas e não alcoólicas, destiladas e fermentadas, na configuração de *habitus* em que consideramos se evidenciar de forma mais proeminente a influência do modo de produção capitalista e

das contradições da luta de classes. Alguns historiadores consideram a existência de três fases mercantilistas distintas: a primeira, no século XVI, seria dada à criação do sistema mundial moderno com a expansão ultramarina e a fundação de colônias na América; a segunda fase, no século XVII, representaria uma crise com a redução das atividades produtivas e comerciais; a terceira fase, do século XVIII, seria marcada pela retomada do dinamismo ao lado da ascensão da burguesia, que reivindicou a menor intervenção do Estado na economia o que originou o liberalismo.

3.4 O GOSTO DO PARAÍSO INDUSTRIAL: A SOBRIEDADE DO CAFÉ E A EMBRIAGUEZ DAS MASSAS

Segundo Schivelbusch (1992), a loucura pelas especiarias teria contribuído às inovações nos transportes marítimos através do comércio de luxo, sendo imprescindíveis para manter o estilo de vida das elites a partir do século XI. No entanto, a fissura pelas especiarias desapareceria no século XVII substituídas pelas *luxury foods*. Em *Tastes of Paradise*, as *luxury foods* são entendidas como as bebidas estimulantes que chegariam à Europa através das novas descobertas, como o café, o açúcar e o chocolate, que passam a ser objeto de desejo, de modo que a base físico-material da distinção se desloca, conferindo sentidos sócio-históricos que configuram cânones e valores estético, ético e político relativamente compartilhados na cultura.

Comparado ao café, o chocolate não possui o mesmo efeito estimulante, sendo valorizado pelo seu caráter nutricional, e como *comomodity*, se tornando uma bebida vital no universo da aristocracia. Tomado no desjejum, o hábito se difundiria pela Europa, chegando a países como a Holanda, que desenvolve a forma de consumo do chocolate em barra. O chocolate esteve inicialmente associado à aristocracia e ao catolicismo na Espanha, uma vez que foram os espanhóis, os primeiros a ter contato com a bebida através dos astecas. O hábito de consumi-lo se difunde associado nas cortes do século XVIII ao Rococó, como símbolo de elegância, delicadeza e sensualidade. Nos séculos XVII e XVIII, o chocolate e o café aparecem como bebidas de classes opostas, o café associado à mente e ao despertar do corpo, ao empreendedorismo e à aptidão intelectual da burguesia, e o chocolate, ao despertar sonolento e preguiçoso da aristocracia do Antigo Regime.

Através de uma análise estatística, Weber, em *A ética protestante e o espírito do capitalismo* (2004), aponta que, em geral, os proprietários do capital, empresários e a

mão de obra qualificada eram protestantes, como também suas nações eram economicamente prósperas. Para explicar essa relação, o autor entende que as crenças religiosas surgidas com a reforma protestante, modificariam a relação com a riqueza, que passou a ser vista como uma comprovação da idoneidade e da honestidade religiosa do indivíduo, de modo que nunca antes a riqueza tinha sido vista de forma tão positiva. Dentro do protestantismo, ele destaca o ramo conhecido como puritanismo, marcado pela tese de vocação de Calvino, em que Deus escolheria quem seria salvo, estando o indivíduo predestinado ao nascer, ou não, à salvação. A prosperidade não originaria, assim, uma riqueza herdada, mas um sinal da graça divina associada à ética do trabalho, ou seja, não se trata de uma prosperidade qualquer, mas aquela conquistada através do trabalho árduo que dignifica o homem perante Deus, afastando-o dos excessos e da preguiça. O espírito do capitalismo diz respeito à existência, portanto, de uma ética protestante, marcada pelo trabalho como um fim em si mesmo na busca da prosperidade.

O café desde o século X seria usado na Europa como remédio, passando no século XVII a ser uma bebida consumida nos meios sociais, uma bebida da sobriedade, que estimula a intelectualidade e diminui a excitação sexual, sendo também tida como antierótica. A ideia de sobriedade estaria associada tanto à ausência de estados de embriaguez quanto à seriedade. Apesar de ser uma bebida ideológica, se faz necessário reconhecer seus efeitos estimulantes no corpo. A ciência do século XX aponta alguns efeitos como o aprimoramento da atividade mental, o aumentando da percepção e do julgamento, que se tornariam mais claros mediante sua ingestão. O principal componente psicoativo do café é a cafeína, que atua melhorando a performance cognitiva e psicomotora como a melhoria do estado de alerta, da energia, da capacidade de concentração, do desempenho em tarefas simples, da vigilância auditiva, do tempo de retenção visual e diminuição da sonolência e do cansaço.

Podemos sugerir, assim, que o gosto pelo chocolate ou pelo café revelaria o universo identitário que distingue a aristocracia da burguesia, fazendo parte de uma escolha formulada tanto na expressão distintiva de sua materialidade, quanto no sentido que adquirem nas experiências singulares concretas dos indivíduos e das classes, corroborando a formação e o compartilhamento de determinado conjunto de práticas e de valores coletivos, que acionam a dimensão da corporificação de subjetividades e da subjetivação dos corpos.

Dessa forma, para Schivelbusch tanto a dimensão simbólica quanto a material das propriedades do café, que ensejam dimensões intercorpóreas, fariam com que ele se

tornasse uma bebida de sucesso. O café enquanto alimento-droga propagaria no corpo, química e farmacologicamente, o que o protestantismo e o racionalismo buscavam realizar de maneira espiritual e ideológica. O resultado seria um corpo que funcionasse conforme as demandas de um novo estilo de vida, de modo que as propriedades estimulantes do café estariam para os valores e para as necessidades de diferenciação da classe burguesa marcadas pelo ideal do trabalho na nova dinâmica capitalista da qual emerge. O autor considera emblemático que as *luxury foods* tenham se expandido no mesmo momento em que declinava o consumo de especiarias, entretanto não seriam apenas as bebidas quentes que encontrariam espaço cativo na modernidade, período em que também emergem as bebidas destiladas, cujo consumo se expande sobremaneira na Revolução Industrial, o que suscita uma particular atenção. As bebidas destiladas são também conhecidas como *spirits*, sendo o produto da destilação de qualquer álcool obtido pela fermentação do açúcar encontrado em frutas, vegetais ou cereais, que utiliza a técnica da destilação para concentrar o álcool e elevar o teor alcoólico para cerca de 39% a 47% do volume total do líquido.

Para Borges (2006), a destilação inicialmente esteve associada à perfumaria, tendo evoluído com os alquimistas de Alexandria no Egito por volta de século III, ainda que fosse conhecido desde as antigas civilizações, como a egípcia, a chinesa e a mesopotâmica. Os alquimistas guardavam os segredos da destilação, muitas vezes representando o processo por meio de imagens, como é o caso do termo serpentina, que se refere a uma peça do alambique, um condensador espiralado, representado pela imagem da serpente. O processo de separação física de líquidos pela diferença do ponto de ebulição levaria os árabes a cunhar o termo *al-kuhul*, que significa o dividido. O termo alambique deriva do vocábulo grego *ambix*, que significa vaso, termo incorporado pelos árabes como *al-ambiq*, que significa o vaso. Os árabes teriam sido responsáveis pela introdução dos conhecimentos da destilação na península ibérica durante os séculos VIII ao XV. Na era medieval, esse conhecimento ficaria restrito a espaços como os mosteiros, que produziam bebidas destiladas para fins de profilaxia, como antisséptico ou mesmo como uma bebida quente, o que daria origem ao termo *acqua ardens* ou água ardente. Era comum sua utilização na produção de elixires, devendo atuar na digestão ou para conferir longevidade, o que remete ao termo *acqua vitae* ou água da vida. Os destilados modificaram as formas de consumo das bebidas alcoólicas na modernidade, vinculados ao desenvolvimento do capitalismo, levaram a se cunhar a expressão *demon alcohol* para alcoolismo. Nem a ética protestante, nem as

bebidas não alcoólicas desse período, conseguiriam eliminar o interesse pelos destilados. Vargas (2001) problematiza o motivo de se tornariam tão importantes na mesma época em que se disseminava o consumo das bebidas não alcoólicas.

Segundo Schivelbusch, além da distinção entre as bebidas alcoólicas e não alcoólicas, surgiria também a distinção entre as próprias bebidas alcoólicas, em que os destilados seriam considerados a cicatriz da sociedade, uma ameaça viciosa e negativa, enquanto a cerveja, vista como benigna, seria comparada ao ouro como garantia de contentamento e saúde. Essa polaridade se refletiria na distinção entre a classe proletária e a burguesa, que adotariam o destilado e a cerveja de forma mais entusiástica. Pelos usos das bebidas se darem por classes distintas não concorreriam entre si, uma não tomaria o lugar da outra, o que nos leva a pensar nos agenciamentos coletivos em torno das mesmas.

Vargas observa a ocorrência de agenciamentos coletivos em torno do uso das drogas, agenciadas de maneiras distintas por diferentes perfis sociais. Nesse sentido, sublinhamos a previsão de condicionamentos e comportamentos de classe relacionados às condições comuns de existência que engendram *habitus* por meio de disposições incorporadas, não menos intercorpóreas, seja na sobriedade burguesa do café, seja na embriaguez comedida da cerveja ou acelerada no destilado das massas, de modo que as bebidas, e seus usos, adquirem na forma material e simbólica valores comuns que dão sentido às práticas na formação do gosto associado às identidades de classe e a distinção entre as mesmas. Para Schivelbusch (1992), em uma nova fase do capitalismo, a visão sobre a embriaguez não mais seria entendida como o pecado do cristianismo, mas como o que afasta da sobriedade e do trabalho, ou mesmo da riqueza do espírito do capitalismo na lógica protestante. Se, por um lado, se criam novas sobriedades, o consumo de bebidas alcoólicas passaria a soar como algo ofensivo para as classes burguesas que, entretanto, não baniriam o álcool, mas o domesticariam, bebendo moderadamente em círculos privados, como nas casas ou nos clubes, já que na era vitoriana poderia soar tão ofensivo entrar em um *pub* como entrar em um bordel. Esperaria-se, portanto, uma conduta razoável e compatível com o lugar social ocupado pelo indivíduo que corroborasse a certo estilo de vida da classe na qual se insere.

Ademais, para Fernandes (2004), as bebidas alcoólicas, em especial as destiladas, seriam importantes produtos do mercantilismo no estabelecimento do contato e do comércio com povos não europeus através do oferecimento de comida e de bebida, de modo que as últimas possuíam um lugar de destaque no jogo das palavras e dos gestos;

um ditado da época dizia que com os africanos não se fazia negócio com a boca seca. A comensalidade era utilizada como meio de anular, ao menos minimizar, a alteridade, que poderia parecer insuperável. As bebidas alcoólicas seriam usadas desde o século XIV pelas navegações e explorações ultramarinas como lubrificantes das relações interétnicas. Inicialmente, os portugueses utilizavam o vinho em seu comércio, considerado caro e raro pelos africanos; os destilados viriam depois, bem mais valorizados, de modo que em meados do século XVII, a cachaça despertaria o interesse das elites africanas por sua intensidade. Assim, atraindo ariscos e apaziguando hostis, os atores da trama da colonização da África se tornariam suficientemente próximos para que a comensalidade pudesse se constituir como um espaço de neutralização, ainda que provisória, das profundas diferenças.

Com os destilados, a relação com a natureza na produção de bebidas alcoólicas também se altera. Se o hidromel advém da prática da coleta, outros fermentados como o vinho e a cerveja requerem a aplicação de determinada técnica, sendo o álcool ainda resultado de um fenômeno bioquímico natural, diferente do que ocorre com os destilados, em que incide um fenômeno físico de separação do líquido a partir dos diferentes pontos de ebulição. Os destilados passam a ser produzidos por organizações manufatureiras e, logo, industriais, em uma escala de produção jamais vista até então, despertando o interesse comercial para abastecer as navegações tendo em vista seu elevado teor alcoólico que fazia com que durassem por mais tempo. Os destilados, enquanto um líquido mais compacto que os fermentados, seriam usados como moeda de troca e adotados como ração dos tripulantes da marinha. O rum se tornaria popular entre os marinheiros a partir da segunda metade do século XVII, substituindo a tradicional provisão da fraca e perecível cerveja nos navios da marinha real inglesa no Caribe, de modo que ao longo do século, tornou-se a bebida preferida das longas viagens. A adição de limão ou de lima acabou por prevenir o escorbuto, causado pela falta de vitamina C, o que contribuiria para estabelecimento da supremacia britânica nos mares.

Outrossim, nas cidades, os destilados se tornariam aos poucos signo de identidade da classe proletária, possibilitando a fuga para outro mundo possível que compensasse a miséria da vida, vivendo os operários, sobretudo os que se deslocavam do campo para as cidades, em residências sem conforto, inóspitas e sujas para a qual voltavam frequentemente apáticos, cansados e mal nutridos, precisando, pois, acreditar na perspectiva de um dia vindouro mais tolerável. Se a embriaguez causada pelo consumo de bebidas fermentadas se processa de forma lenta e gradual, no caso das

bebidas destiladas a intoxicação é acelerada, o que reflete a própria dinâmica desse período, marcada pelo tempo acelerado das transformações que o modo de produção industrial anunciava. Assim, se passa a beber muito mais em menos tempo, de modo que, como uma bebida barata, os destilados se tornariam o verdadeiro filho da Revolução Industrial, levando ao episódio histórico que ficou conhecido como Epidemia de Gim. O impacto conferido pelos destilados poderia ser comparado ao tear mecânico, de modo que no século XVIII, a industrialização da tecelagem caminharia de mãos dadas com a industrialização dos destilados na alteração das formas tradicionais de reger o tempo, a vida e o trabalho. Segundo Silva e Maciel (2009), ao pensar em Revolução Industrial se pensa em algodão, sua principal matéria-prima e produto símbolo de progresso industrial em sua primeira fase. Esse período se refere aos melhoramentos contínuos nas técnicas de fiação e tecelagem destinadas à exportação no comércio colonial, que conferiam índices positivos na balança comercial da Inglaterra.

Como observa Schivelbusch, a Epidemia de Gim enquanto o verdadeiro filho da Revolução Industrial não se refere aos usos de destilados por um perfil qualquer, mas da classe operária que compartilha semelhantes condições de existência, o que nos leva a considerar a ocorrência de agenciamentos coletivos em torno dos usos das drogas em que se observa certa disposição incorporada inscrita nos condicionamentos de classes e nas condições socioeconômicas em que a classe proletária reproduz em nível corpóreo as relações de poder inerentes ao sistema capitalista. Por isso, os destilados se tornaram importantes na mesma época em que se disseminava o consumo de bebidas não alcoólicas, o que diz respeito a agenciamentos coletivos em torno dos usos de diferentes drogas ou alimentos-drogas, que marcavam o caráter identitário das classes que emergiam na dinâmica do capitalismo industrial. Assim, os destilados teriam efeitos contraditórios, pois se, por um lado, seu consumo limitava a capacidade de trabalho dos operários, por outro, servia como consolo e anestésico para suportar as duras condições de vida. Essa relação ambígua, também pode ser observada a partir da incorporação dos destilados ao regime militar das grandes navegações, funcionando como estratégia de anestesia que, diferente da embriaguez, pretendia atuar como um lubrificante físico e psicológico, rudimento que se estende à dinâmica proletária industrial.

Nesse contexto, a embriaguez não passaria despercebida nos debates dos movimentos de organização dos trabalhadores do século XIX, estando presente no pensamento de clássicos da sociologia como em Engels. Segundo Carneiro (2010), Engels atacava os destilados e defendia o consumo de vinho e cerveja, de modo que os

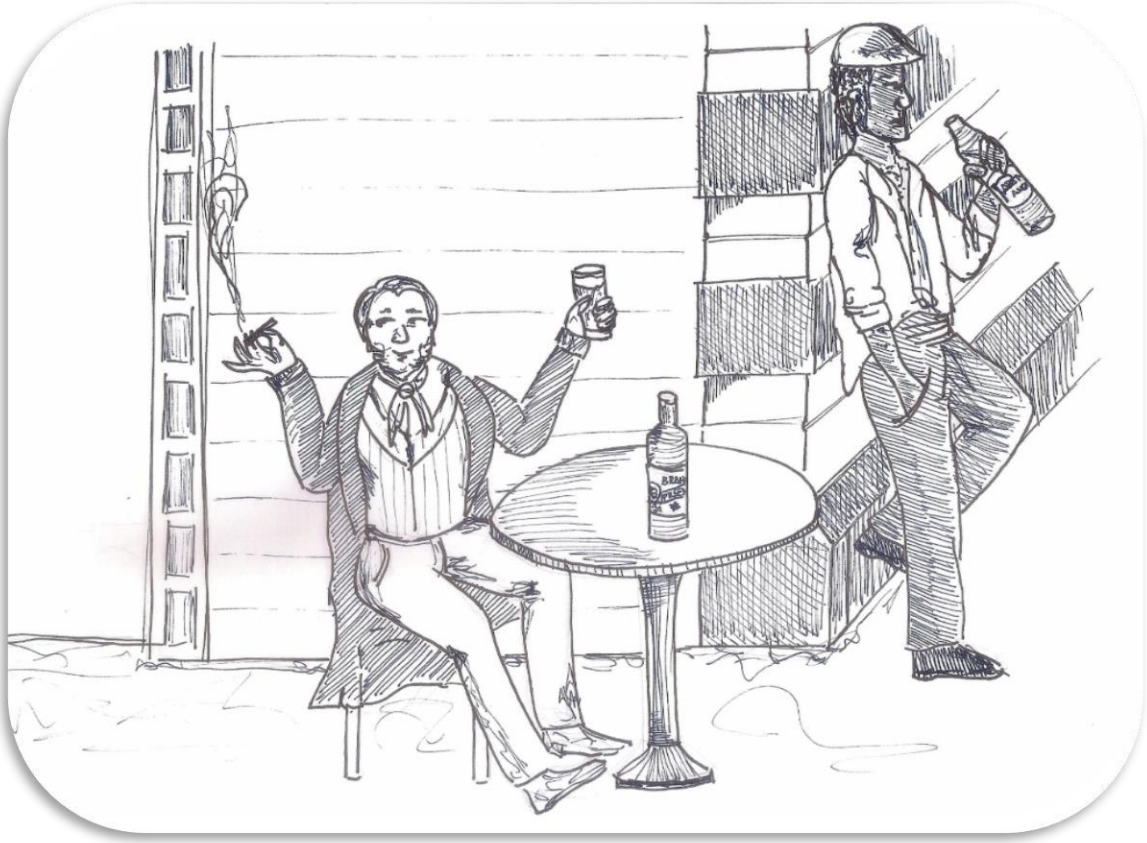
destilados eram entendidos como bebidas que inclinavam para o vício, atuando como consolo para a exploração, sendo a embriaguez um sintoma de mal-estar no mundo, não uma doença, tendo em vista as inóspitas condições em que viviam famílias inteiras, representando uma forma de compensar a precarização da existência, tornando a miséria da vida mais tolerável. No auge do movimento operário europeu, alguns defendiam a proibição do consumo alegando que contribuía para desmobilização política, outros, porém, apontavam para a sua importância na criação de laços de sociabilidade, sendo os *pubs* e as tavernas locais de encontro dos trabalhadores, que mal dispunham em suas casas de cômodos para dormir, de modo que proibir o álcool poderia significar a renúncia da vida política da classe operária: "os próprios efeitos do álcool ajudariam nessa função, pois, diferentemente do café racional, seu estímulo seria afetivo, passional, promotor da solidariedade da classe em formação" (CARNEIRO, 2010: 211).

Vargas (2001) considera que em um conjunto aparentemente diversificado de bebidas, como as *luxury foods* e os destilados, todas teriam em comum o fato de virem de fora da Europa, mesmo as bebidas destiladas introduzidas pelo alambique árabe, uma técnica não ocidental de produção, de modo que "tratavam-se de raridades, de luxúrias exóticas introduzidas na dieta de nobres e burgueses tornando-se, paulatinamente, itens de consumo de massa, necessidades rotineiras na dieta de segmentos cada vez mais amplos da população" (2001: 164). Dessa forma, no caso da loucura pelas especiarias, no momento em que se tornam comuns e mais acessíveis, deixam de figurar como material e simbolicamente distintivas, o que se repete, mais tarde, com os destilados e com as *luxury foods* e assim por diante. Como previa Bourdieu (1976), ao passo que cresce a distância objetiva das necessidades mais urgentes, uma vez preenchidas, tornam-se banais ou comuns, surgindo outros atributos que passam a funcionar como fator de distinção, capazes de conferir *status* e discernimento em relação ao lugar social que indivíduos e grupos de indivíduos ocupam. Nesse processo, o estilo de vida se torna cada vez mais o produto de uma estilização da vida, com o aparecimento de consumos cada vez mais raros e distintivos.

Ainda que o *habitus* e o gosto sejam mutáveis, como por meio de processos de longa duração, observamos que os condicionamentos de classe se manifestam sob condições semelhantes de existência que conferem sentido a certos estilos de vida, que correspondem a distintos agenciamentos coletivos em torno dos usos das bebidas. A formação do gosto e do *habitus* se inscrevem, assim, em uma complexa rede que articula a dimensão individual estruturante e coletiva (cultura/consenso social), que se

processa em dada estrutura, marcada pelo contexto das condições socioeconômicas situadas historicamente e que reiteram a dominação por meio de um *logos* da distinção. Dessa forma, a formação do gosto pelas bebidas, embora não se processe de forma linear ou mecânica, se refere a repertórios materiais e simbólicos desigualmente distribuídos na sociedade, dizendo respeito às relações de poder nas quais se inscrevem as disposições incorporadas e intercorpóreas que se revelam nos limites socioeconômicos das contradições e dos conflitos de classes, as diferentes formas de ser (a)gente com o mundo.

4 DO CAUIM AO GOSTO PELA CERVEJA INDUSTRIAL NA INDÚSTRIA CULTURAL: A PROPAGANDA E A EDUCAÇÃO SOBRE DROGAS



Giulia Panno

Neste capítulo, chegamos ao Brasil e iniciamos pelos usos das bebidas alcoólicas dos povos indígenas lançando um olhar sobre as cauinagens tupinambás sublinhando seu caráter socioeducativo e o choque entre universos etílicos diferentes que se desenvolve a partir do contato interétnico entre nativos e colonizadores. Assim, sugerimos que o projeto missionário jesuítico, em seu esforço de extinguir as cauinagens, se apresenta como um *logos* esclarecido da temperança que foi reconfigurado às virtudes do cristianismo.

A cachaça ocuparia o vazio etílico deixado pelo esvaziamento das cauinagens, se tornando a bebida de maior expressão entre as classes populares até meados do século XIX. Então, buscamos compreender os fatores que contribuíram para que a cerveja se tornasse ao longo do século XX, a bebida mais consumida no Brasil, bem como desnaturalizar o gosto do brasileiro pela cerveja como algo inato. Nesse sentido, propomos um recorte sócio-histórico marcado pelo surgimento das primeiras cervejarias industriais no Brasil, buscando problematizar o desenvolvimento da C&T em sua

associação com o capital no que se refere à conversão tecnológica, sugerindo a existência de um *logos* que reitera a dominação, como por meio da lógica produtivista.

Buscamos mostrar que os agenciamentos coletivos em torno dos usos das bebidas alcoólicas que ocorrem na geografia do lazer do Rio de Janeiro se assemelham à era vitoriana, no que se refere à configuração de estilos de vida e *habitus* que se manifestam na dimensão estruturante do indivíduo na formação de juízos de gosto e de práticas que dão sentido às suas escolhas, que se processam em dada estrutura, o que, em última instância, diz respeito ao lugar que ocupa nas relações de trabalho em meio aos conflitos e contradições de classe. Destarte, buscamos problematizar a existência de um *logos* da distinção e de um *logos* do esclarecimento temperante que passa a atuar por meio de dispositivos médico-legais.

Em seguida, apresentamos alguns conceitos relativos à indústria cultural conceituada por Adorno e Horkheimer a fim de pensá-la a partir do desenvolvimento da indústria cervejeira no Brasil, problematizando, em seguida, o lugar da cerveja na partilha entre drogas líticas e ilícitas no que se refere às contradições dos dispositivos médico-legais que incidem sobre a propaganda e que garantem à cerveja um lugar privilegiado em relação às demais drogas e mesmo em relação a outras bebidas. Para concluir, dialogamos com a educação sobre drogas no Brasil, tendo em vista que o consumo de bebidas alcoólicas se apresenta como o maior problema de saúde púbica no campo das drogas no país.

4.1 CAUINAGENS: A APRENDIZAGEM SOCIOEDUCATIVA E O ESCLARECIMENTO JESUÍTICO

Em sua tese, Fernandes (2004) analisa o contato interétnico entre os europeus e os povos indígenas no período do Brasil colonial, sobretudo no que se refere aos índios tupinambás, do tronco linguístico tupi, que habitavam grande parte do litoral brasileiro, sendo os primeiros a sofrerem o impacto da expansão europeia. As bebidas dos povos indígenas eram comumente chamadas pelos colonizadores de vinhos de fruta, sendo o cauim no Brasil feito a partir da insalivação da mandioca, milho, ananás e o caju, entre outros. Seguindo Lima (1997), a saliva foi um constituinte fundamental nas bebidas alcoólicas de muitos grupos indígenas que utilizavam a técnica de mascar os produtos amiláceos para sacarificá-los, pela ação sacarificante da saliva, pela existência da enzima ptialina, que contribui para transformação do amido em açúcar fermentescível.

Além do caráter nutricional, as bebidas exerciam um papel fundamental como marcador das diferenças e como instrumento de mediação entre posições hierarquicamente distintas, ainda que as sociedades tupinambás fossem consideradas relativamente igualitárias, menos estratificadas. As altas culturas sul-americanas da região dos Andes e da costa do pacífico produziam bebidas como a chicha de milho, que eram maltadas ao invés de insalivadas, desempenhando papéis no sistema alimentar hierárquico e na relação de reciprocidade, variando de acordo com a identidade e posição social, de modo que em sistemas hierárquicos mais complexos e estratificados, as bebidas poderiam se revelar de forma mais proeminentes como instrumento de distinção nas estruturas sociais.

Ao se debruçar particularmente sobre as cauinagens dos Tupinambás, Fernandes observa que os relatos de viajantes e cronistas europeus descrevem com detalhes os usos dos cauins. Teriam, logo, percebido que a bebida exercia um papel que ia muito além da diversão, já que nada de importante poderia ser decidido sem que fossem consumidas generosas quantidades de cauim. Seriam as cauinagens um espaço de decisão política que marcava o ciclo de vida dos Tupinambás, como os casamentos, os funerais, os rituais antropofágicos e os rituais de iniciação, esses últimos modificavam o status do indivíduo, passando a ser visto como um adulto. Os rituais antropofágicos dependiam do cauim, do qual se encarregava aquele que era considerado o dono do cativo a ser devorado, cabendo a ele e a seu grupo familiar convidar amigos e vizinhos e preparar grande quantidade de cauim necessário para o festim. A bebida contribuía para se alcançar a condição de leveza necessária à comunicação com os mortos. Assim, ressaltamos que “o caráter redistributivo típico da chefia em sociedade como a dos Tupinambás, dependia fortemente da produção de bebidas como meio de cimentar alianças, sempre fluidas na ausência de classes sociais ou sistemas hierárquicos rígidos” (FERNANDES, 2004: 116).

Nesse sentido, não seria de se estranhar a descrição da primeira etnografia feita pelo escrivão de Pedro Álvares Cabral, relatando o encontro com dois índios em uma nau portuguesa, que nada teriam comido, recusando pão, pescado cozido, mel e passas de figo. O fato de não terem gostado do vinho chamou a atenção dos portugueses, já que tinham uma longa tradição com a vinha e de trocas culturais estabelecidas através das bebidas, como no caso da experiência africana, de modo que o vinho, além de servir como um lubrificante das relações interétnicas, conferia em seu oferecimento a

marcação da própria superioridade europeia diante daqueles que consideravam bárbaros, assim:

> Não se esperava que aqueles pobres homens nus e sem nenhuma coisa que lhe cobrissem as vergonhas agissem da mesma forma que os orgulhosos orientais. Esperam atitude semelhante aos povos da costa ocidental africana. Ao final da estadia, alguns já aceitavam comida e vinho. A aceitação representava o início de processo de amansamento (FERNANDES, 2004: 270).

Além disso, os Tupinambás pareciam desprovidos de uma mentalidade mercantil, de modo que a não aceitação da dádiva da bebida desprovia os colonizadores de uma dívida essencial para com os colonizados, papel ocupado pelas ferramentas e utensílios de trabalho. O lugar da bebida e da embriaguez no universo dos nativos deixava um espaço reduzido para que o vinho, de difícil obtenção e em poucas quantidades, se tornasse importante no contato com os europeus, uma vez que entre os Tupinambás, os guaranis e os tapuias não existiam bebidas de elite, por não existir elites de qualquer tipo. Logo, não seria possível seduzir as elites inexistentes com o vinho, como ocorrera na experiência lusitana na África, onde algumas bebidas dispunham do status de serem objetos de desejo das elites, tornando-se um produto mercantil caro e de luxo. No caso dos chefes tupinambás, esses deveriam mostrar-se como um redistribuidor generoso e, sendo o vinho europeu insuficiente para provisão de servir a todos, não ocuparia um lugar de destaque no contanto interétnico.

Assim, se chocariam as tradições etílicas de visões sobre a embriaguez muito diferentes, como uma espécie de choque entre culturas, uma vez que o regime etílico dos nativos parecia guardar semelhanças com as versões dos banquetes celtas e germânicos, em que os participantes bebiam o máximo possível buscando a ebriedade, se afastando do ideal de moderação da cultura mediterrânica. Segundo Albuquerque (2015), a embriaguez de honra da aristocracia medieval estava associada ao poder político das assembleias dos guerreiros, em que beber desmesuradamente era uma das obrigações do *ethos* guerreiro indo-europeu. Na mitologia indo-europeia existiam deuses guerreiros que representavam a força: Ares (grego), Thôrr (germânico), Indra (indu) e Varuna (persa). Alguns elementos comuns poderiam ser observados nos vocabulários da teologia e da mitologia dos povos descendentes dos indo-europeus, em uma estrutura tríplice relacionada à força (guerreiros), à sabedoria (sacerdotes) e à fecundidade (campônios). A embriaguez antropofágica poderia, assim, ser equiparada à loucura advinda do furor militar medieval, quando a sede pelos inimigos fazia dos

bebedores guerreiros perigosos e incontroláveis, de modo que os valores das cauinagens enquanto prática cultural estariam da mesma forma associados à "exortação da força, da coragem e da guerra" (ALBUQUERQUE, 2015: 253). As práticas de beber, as beberagens, seriam acontecimentos socioeducativos que atuavam como um fator significativo na constituição da identidade social e cultural dos grupos. Através das práticas da alimentação, nas quais se insere o beber, eram transmitidos e apreendidos ensinamentos em uma relação de comunicação e aprendizagem, de modo que:

> Pretende-se com esta reflexão dar visibilidade à prática das beberagens como acontecimentos socioeducativos vivenciados no Brasil colonial e, com isso, possibilitar uma compreensão da educação no qual os saberes cotidianos estejam contemplados, alargando, com isso, determinada concepção de educação que tende a limitá-la aos saberes formais e sistematizados do mundo escolar (2015: 236).

As beberagens estariam presentes em diversos momentos da vida dos Tupinambás, colocando em circulação um conjunto de saberes, nos quais valores eram afirmados e a memória coletiva ativada. O estudo das práticas de beber dos índios revelaria uma estrutura de valores de conteúdo fundamental de um tipo de educação de natureza não escolar, em que as mulheres desempenhavam um papel fundamental na fabricação do cauim, em que as mulheres mais velhas teriam papel de destaque, o que lhes conferia poder e status, de modo que as técnicas de produção acompanhavam regras e códigos de conduta que respondiam por um conteúdo próprio da educação indígena.

Albuquerque (2011) sugere algumas aproximações entre as beberagens e os *sympósios*, pois ambos os rituais fariam parte de situações específicas do cotidiano e a ingestão, tanto do vinho quanto do cauim, jamais ocorria durante as refeições. No ritual das beberagens, que utilizavam não apenas o cauim, mas também do tabaco (*petum*) usado pelos pajés, se acreditava ser favorecida a inteligência para decisões importantes atuando como fonte de inspiração, tal como ocorria na abertura à inspiração poética e ao debate intelectual auferido pelo vinho nos *sympósios*. Os pajés auxiliavam nas tarefas de consulta aos espíritos como no que tange as possibilidades favoráveis ou não à guerra e à cura das enfermidades, muito prestigiados. Sua chegada às aldeias poderia ser motivo de grande alvoroço. Em ambos os casos, estaria presente a função do acionamento e manutenção da memória, fazendo parte de um ritual de individualização e socialização que envolve princípios educativos. Os Tupinambás eram conhecidos pela boa memória, sendo comum narrarem toda a história da tribo desde tempos imemoriais. Por tradição,

os mais velhos tinham o costume de contarem aos mais jovens sobre seus antepassados, como as histórias sobre as guerras e os guerreiros, o que pode ser entendido como acontecimentos educativos dos quais faziam parte ensinamentos e conselhos. Entretanto, como vimos, nos *sympósios* não participam todos, sendo restritos aos homens e a uma elite intelectual e poética, de modo que nas sociedades tupinambás, embora majoritariamente fossem os homens que bebessem nas cauinagens, as mulheres exerceriam um papel essencial na produção do cauim.

Para Fernandes (2004), como uma civilização do vinho, Portugal não condenava o ato de beber, mas sim o excesso tido como um pecado contrário à virtude cristã da temperança e à boa ordem civilizada. Para ele, o maior problema trazido pelas cauinagens não seria a constância com que ocorria a embriaguez, mas o seu sentido, que ocupava um lugar central na vida cotidiana e cerimonial. Desse modo, os missionários buscariam impor regras que visavam impedir as cauinagens pelos aldeamentos da Companhia de Jesus contra os maus costumes indígenas ao lado da poligamia, da nudez e da antropofagia. O desaparecimento do cauim e das cauinagens se daria principalmente em função da ação dos missionários e não do Estado, ainda que esse tenha desempenhado um importante papel de apoio àqueles.

O olhar invertido da transformação auferida pela alegria da embriaguez, que dizia respeito a certo sentido de humanidade em dada condição temporal, fez com que a luta missionária contra o pecado mortal da intemperança alcoólica levasse à luta contra as cauinagens como uma condição do ato de civilizar que tornaria os índios submissos. Esse processo que não se deu, contudo, sem resistência, como por parte dos feiticeiros e das mulheres, uma vez que a extinção das cauinagens abalava diretamente a posição que ocupavam na organização social indígena. A luta contra os vinhos dos índios seria a mais difícil tarefa com as qual os missionários se depararam, de modo que sua extinção representava o próprio triunfo da missão jesuítica. Com observa Albuquerque (2015), os missionários católicos tiveram consciência de que a coesão das beberagens seria um obstáculo à catequização e à conversão das almas, agindo de forma extremamente hábil na mobilização de estratégias que desmontassem as práticas etílicas, vistas como entraves ao projeto civilizador colonial.

Sobre o sentido socioeducativo que portavam as beberagens podemos pensar em Becker (2008) no que se refere ao princípio de carreira, que indica a existência de um processo de aprendizagem no uso das drogas. Em sua pesquisa, analisa a experiência de usuários de maconha e como surgem os controles sociais em torno dela nos EUA. Salvo

as diferenças entre a maconha e as bebidas alcoólicas, a capacidade de perceber seus efeitos e associá-los ao prazer se apresenta em ambos como fundamental para que o uso continue, o que diz respeito a um processo de aprendizagem que envolve princípios de individualização e de socialização das práticas que envolvem o uso.

No caso da maconha, é preciso aprender a técnica adequada de fumar para que produza efeitos, diante dos quais se mude a concepção sobre ela. Assim, ao aprender a sentir o barato, o noviço pode aplicar noções sobre a droga em sua própria existência a partir das sensações causadas, de modo que "à medida que adquirem esse conjunto de categorias, os usuários se tornam *connaisseurs*. Como especialistas em vinhos finos, são capazes de especificar onde uma planta particular foi cultivada e em que época do ano foi colhida" (BECKER, 2008: 61). Dessa forma, as sensações produzidas pela maconha ou pelas bebidas alcoólicas não são automáticas ou necessariamente agradáveis: "o gosto por tal experiência é socialmente adquirido, de gênero não diferente do gosto adquirido por ostras ou *dry Martini*" (2008: 62).

As bebidas alcoólicas são repressoras das atividades do SNC de modo que a ingestão provoca inicialmente efeitos estimulantes como euforia, desinibição e a maior facilidade ao falar, que mediante o uso pode acionar os efeitos depressores, como falta de coordenação motora, descontrole e sono. Ainda que esses efeitos variem de pessoa para pessoa, esses nem sempre são agradáveis, como não o são da mesma forma para todas as pessoas. Assim, para que se desenvolva o gosto pelo uso das bebidas alcoólicas é necessário, portanto, que se reconheça seus efeitos como prazerosos. Ao discorrer sobre o termo *outsiders*, ou desviante, entende que "o desvio não é uma qualidade do ato que a pessoa comete, mas uma consequência da aplicação por outros de regras e sanções a um infrator" (2008: 22). Logo, o termo *outsiders* designa pessoas consideradas desviantes por outras, fora do círculo dos membros considerados normais, de modo que o mesmo comportamento pode ser uma infração de regras em determinado momento e em outro não. Assim, podemos considerar que se as cauinagens foram tidas como expressões desviantes, não o foram a partir do olhar dos indígenas, mas como resultado de uma espécie de choque entre culturas entre diferentes regimes etílicos e concepções sobre a embriaguez que, em uma disparidade de forças, levaria o colonizador a julgá-las como uma expressão da barbárie a ser superada.

Assim, observamos que a ação jesuítica por meio da educação missionária da catequese atuaria, pois, como uma forma de dominação que se manifestava por meio do *logos* esclarecido da temperança, virtude que foi incorporada na Idade Média aos

preceitos do cristianismo. No século XVII, o arcabouço místico que envolvia as cauinagens estaria em franco processo de enfraquecimento, o que geraria um vazio etílico a ser ocupado pela cachaça, um inebriante mais potente que lançava os índios no etilismo moderno.

4.2 DO VAZIO ETÍLICO AO GOSTO PELA CERVEJA: ALGUMAS INDAGAÇÕES

O vazio etílico que se apresenta com a extinção das cauinagens abriria espaço para o consumo da cachaça, emergindo outras formas de embriaguez no etilismo moderno como o beber sozinho, permanecendo, entretanto, ligada aos rituais cerimoniais como o catimbó, um culto indígena com influência africana que cultua a planta jurema e a pajelança uma manifestação do xamanismo dos povos indígenas, assim, "numa infinita diversidade de raças e ritos sagrados, a cachaça anulou as restrições litúrgicas, impondo-se como ortodoxa" (CASCUDO, 1986: 51). De acordo com o MAPA[1] (2005), cachaça é a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, com graduação alcoólica de 38 % v. a 48% vol., obtida pela destilação do mosto fermentado do caldo de cana-de-açúcar.

Espalhada pelas diferentes regiões do país, a cachaça daria sustentação à escravaria e ao trabalho de negros, índios, mestiços e caboclos. Como uma bebida acessível e de baixo custo se tornaria popular, generalizando seu uso no final de século XVIII, sobretudo entre as classes pobres. Vista comumente pelas elites como uma bebida inferior, seria discriminada, sendo uma bebida perseguida e proibida. Entretanto, a cachaça estaria presente nos movimentos revolucionários e separatistas, rivalizando com o vinho português e era tida como uma bebida genuinamente nacional. A cachaça integrou a pauta de lutas e reivindicações sociais, econômicas e políticas da Colônia e do Vice-Reino do Brasil, como, por exemplo, na Inconfidência Mineira de 1789, Revolução Pernambucana de 1817, Confederação do Equador de 1824 e no Levante de Ouro Preto de 1833.

Acselrad (2014) entende que a experiência do álcool nas cauinagens era marcada por um controle coletivo no qual não se bebia sempre, mas só em determinadas ocasiões em que o grupo julgasse necessário. O excesso era mal visto quando houvesse ruptura

[1] Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

dos laços de sociabilidade, mas, do contrário, não seria motivo de vergonha, sendo a construção da vergonha ligada à trajetória alcoólica uma forma de moralidade particular que permeia o universo cultural dos alcoólatras. Com mostra Alzuguir (2014), a dimensão médico-moral do dispositivo terapêutico constrói a ideia do alcoolismo e do alcoólatra, em que o indivíduo passa a ser visto como um doente, o que de certo modo o desculpa, ao passo que a vergonha de ser internado ou reinternado contribui para que se prossiga com o tratamento e se evite recaídas. A vergonha sinaliza o reconhecimento da desaprovação de seu estilo de vida com a bebida como se tivesse falhado diante das normas sociais.

A princípio, a cachaça seria considerada pelas populações indígenas como uma bebida de não índio, comprada na cidade e com maior poder de embriaguez, sendo também usada para matar a fome e continuar o trabalho. Ainda que alguns senhores a tomassem como aperitivo, a elite da sociedade colonial valorizava e consumia mormente o vinho importado da metrópole portuguesa. A ocupação e gestão do espaço colonial favoreciam o alcoolismo, levando a sintomas indesejáveis de uso, como brigas familiares e entre amigos, a diminuição da produtividade e a perda ou esquecimento da cultura:

> O beber álcool, antes uma forma de afirmação cultural do grupo, em festas sagradas ou profanas, uma vez eliminados os rituais tradicionais agregadores, tende a se transformar em alcoolização, um sinal e sintoma de deterioração das relações do indivíduo na sociedade. (ACSELRAD, 2014: 11).

Para Câmara, no final do século XVII, Paraty era o porto do velho caminho do ouro que se ligava a Minas Gerais, por onde se escoava a riqueza, de modo que “em 1777, Paraty tem 70 engenhos de cachaça. Por volta de 1800, 100 fábricas, ou mais, de aguardente denominadas engenhocas” (2004: 21). Assim, até a Segunda Guerra Mundial, o plantio e o processamento da cana de açúcar e a comercialização da cachaça eram realizados por engenhos de pequena capacidade, geralmente empresas rurais e familiares. Após a guerra, porém, o aumento da população e do consumo estimularam investimentos que se voltaram para a ampliação da capacidade produtiva, fazendo com que muitos engenhos de pequeno porte fossem adquiridos por empresas maiores, com domínio tecnológico e com interesse na produção em larga escala.

O processo de industrialização da cachaça fez com que, além do tradicional alambique de cobre, de pequena e média capacidade, passasse a coexistir os destiladores de colunas de destilação, processo utilizado nas destilarias de médio e grande porte. As

colunas de destilação são constituídas por uma série de caldeiras de destilação superpostas, as quais recebem a denominação de pratos ou bandeja, de modo que cada bandeja se constitui em uma unidade de destilação. Atualmente, no Brasil, a produção de cachaça ocorre em todas as regiões, coexistindo o modelo artesanal (alambique) e o industrial (coluna). O modelo industrial visa a produção em larga escala, com redução de custos para colocar no mercado produtos mais baratos e padronizados, sem que necessariamente se objetive o desenvolvimento das características organolépticas da bebida, interesse mais comum no modo de produção artesanal que, comumente, dispõe de recursos mais modestos, com produção em baixa escala e comercialização local. Essa produção ainda que corresponda à maioria dos 30 mil produtores de cachaça composta por micro e pequenos alambiqueiros é responsável por apenas 20% da produção total de cachaça do país, enquanto um número bem menor de produtores industriais produz 80% da cachaça, não sendo de se estranhar, portanto, que o Estado de São Paulo, o mais industrializado, seja responsável por quase metade da cachaça produzida no país.

Em relação ao consumo de bebidas no Brasil, podemos sinalizar brevemente a relação entre o tipo de bebida e a classe socioeconômica, conforme o I Levantamento nacional sobre os padrões de consumo de álcool na população brasileira:

Tabela 15 - Tipo de bebida x classe socioeconômica

Tipo de bebida	Total	Classe socioeconômica				
		A	B	C	D	E
Vinho	25%	38%	27%	25%	24%	18%
Cerveja	61%	45%	61%	65%	59%	51%
Bebidas "*ice*"	2%	2%	3%	1%	1%	0%
Destilados	12%	15%	8%	9%	15%	31%
Total	**100%**	100%	100%	100%	100%	100%

Figura 1. Tipo de bebidas x classe socioeconômica.
Fonte: Laranjeira et al. (2007: 39).

Como vimos, o consumo da cachaça se difunde, sendo, até o século XIX, a bebida de maior expressão entre as classes populares, de modo que a cerveja viria, no século XX, a ocupar um lugar proeminente, digamos, no gosto do brasileiro. Na tabela acima, podemos observamos que cerveja é hoje a bebida alcoólica mais consumida no Brasil (61%), cujo consumo se encontra relativamente distribuído entre as classes, se sobressaindo nas classes B, C e D, ao passo que o consumo de destilados, nos quais se inclui a cachaça, apresenta maior consumo na classe de menor poder aquisitivo, classe E

(31%), ainda que a classe A apresente o consumo de 15% da mesma forma que a classe D, o que no primeiro caso pode estar relacionado ao uso de destilados de maior índice de valor como o whisky, de modo que o consumo de vinho se apresenta de forma mais significativa na classe A.

Em uma comparação, Yamamoto (2011), sublinha a incidência de variáveis demográficas entre o consumo de cerveja e o de cachaça, estando o primeiro mais localizado nos domicílios urbanos, com famílias menos numerosas, cujos chefes possuem maior escolaridade. O consumo de cachaça tende a se localizar em domicílios fora dos centros urbanos, com chefes de família com menor escolaridade e menor poder aquisitivo, de modo que, conforme a renda aumenta, a cachaça passa a ser substituída pela cerveja, havendo ainda variações em função das regiões. A probabilidade do consumo de cerveja e de vinho é menor em domicílios localizados no Nordeste em relação a outras regiões do país. Se a família reside no Sudeste, a probabilidade de ser consumidora de aguardente será menor relativamente às outras regiões. Assim, enquanto a cachaça industrial está voltada para os consumidores de classe de renda mais baixa e o produto artesanal tem se dirigido a consumidores com maior poder aquisitivo, isso leva a suscitar uma semelhança com as cervejas industriais e especiais.

Como vimos, o cauim foi a primeira bebida dos povos nativos e a cachaça ocuparia o vazio etílico deixado por sua extinção, se tornando a cerveja a bebida mais consumida no país, ainda que seus ingredientes fossem, como ainda o são em grande parte importados. O malte de cevada, o principal ingrediente da cerveja, é cerca de 70% importado e a produção das maltarias brasileiras atende a cerca de um terço da demanda interna, sendo o malte um produto deficitário na balança comercial brasileira. Assim, buscamos problematizar os aspectos que contribuíram para que a cerveja se tornasse a bebida mais consumida no país, o que sugerimos pensar a partir de um recorte sócio-histórico que contemple o surgimento das cervejarias industriais, em que, por meio das inovações da C&T associadas ao capital, se difundem sobremaneira, utilizando mecanismos que buscamos compreender por meio da indústria cultural.

De acordo com o levantamento do setor de bebidas alcoólicas do BNDES (CERVIERI JÚNIOR et al., 2014), ao longo do século XX se consolidou no Brasil uma estrutura econômica caracterizada pelo oligopólio, em que grandes indústrias cervejeiras fazem elevados investimentos em marketing, na ampliação dos canais de distribuição e na capacidade instalada, de forma a garantir maior participação no mercado, que conta com acirrada rivalidade entre os fabricantes, existindo altas barreiras à entrada de novos

competidores. No início do século XXI, observamos que quatro companhias responderam por cerca de 98% do volume total de cerveja produzida, se apresentando a divisão do mercado da seguinte forma: Ambev (67,9%), Cervejaria Petrópolis (11,3%), Brasil Kirin (10,8%), Heineken (8,4%) e outros (1,6%).

Diante desse panorama, buscando desnaturalizar o gosto pela cerveja como algo inato, apresentando elementos sobre as intrincadas relações de poder que teriam contribuído, não apenas para que a cerveja se tornasse a bebida alcoólica mais consumida no Brasil, como também para que dissesse respeito ao consumo de um tipo específico de cerveja. As marcas produzidas pelas cervejarias industriais, descritas acima, configuram uma monocultura *Lager*, uma vez que 98% das cervejas comercializadas no país se referem a um tipo de cerveja que poderíamos classificar como cervejas *light Lager* (categoria) da subcategoria *standard american Lager* (estilo) de acordo com o *Beer Judge Certification Program* (BJCP, 2016). O BJCP é utilizado como um guia para degustação de cervejas, de modo que as categorias e os estilos são descritos seguindo os seguintes critérios de avaliação: impressão geral, aroma, aparência, sabor, sensação de boca, história, ingredientes, comparação de estilos, estatística vital (unidades de cor, unidade de amargor (IBU), ABV (%), unidade de álcool, OG – Original Gravity e FG – Final Gravity).

O BJCP (2008 e 2016) apresenta um conjunto padronizado de descrição dos estilos, criado para uso em competições *homebrew*, que nos EUA surgiram na segunda metade do século XX a partir das associações de cervejeiros artesanais, com a prática de produção de cerveja em casa. Assim, a crítica de Beltramelli ao que entende como ditadura *Lager* se apresenta mediante das inúmeras possibilidades de se produzirem diferentes estilos de cerveja, como observamos no BJCP, sendo, no entanto, produzido e posto em circulação no mercado brasileiro, majoritariamente, um único estilo de cerveja. Para se ter uma ideia da multiplicidade de estilos de cervejas que podem ser produzidos atualmente, o BJCP apresenta 34 categorias de cerveja (grupamentos maiores), em que cada qual conta com dois a nove estilos diferentes.

Uma das formas mais usuais de classificação de cervejas as divide basicamente entre duas famílias de acordo com o tipo de levedura. As cervejas de alta fermentação da família *Ale* atuam sob temperaturas mais elevadas, entre 18°C a 22°C, sendo o mesmo levedo utilizado para a fermentação do pão, de modo que ao longo de toda Antiguidade e Idade Média muito provavelmente existiam apenas essas cervejas. As cervejas de baixa fermentação da família *Lager* surgem a partir do século XVI, sendo

caracterizadas pela atuação do levedo *Saccharomyces uvarum*, que atua sob temperaturas mais baixas, entre 7°C a 15°C, sendo curiosa a forma como vieram a ser produzidas.

Para restringir a produção de cervejas de baixa qualidade, no século XVI, o Duque Albrecht V da Baviera proibiu a produção de cervejas durante o verão. No entanto, uma brecha de interpretação fez supor que as cervejas poderiam ser produzidas em outras estações e armazenadas para o consumo no verão, de modo que os cervejeiros começaram a produzir cerveja nas cavernas localizadas nas encostas dos Alpes, armazenando-as para serem consumidas no período do verão. Em baixa temperatura, por mutação genética ou seleção natural começa a atuar a levedura *Saccharomyces uvarum*, que dá, então, origem a uma nova família de cervejas *Lagers*, de baixa fermentação, cuja origem do termo se refere à palavra alemã *largern*, que significa guardada ou armazenada. Importante destacar que nessa época não existiam refrigeradores, que surgem no final do século XIX, revolucionando a produção de cerveja em escala mundial, fenômeno conhecido como Revolução *Lager*:

> Hoje é consenso entre os bioquímicos que, com a prática das *lagern* disseminando-se entre os cervejeiros bávaros, ocorreu a mutação genética ou seleção natural das leveduras *Ale*, até então utilizadas no processo produtivo das cervejas, dando origem à nova cepa que fermentava melhor a cerveja em temperaturas baixas. Essas cervejas também possuíam a vantagem de possibilitar maior tempo de armazenamento, permitindo seu transporte para regiões mais longínquas e, por conseguinte, sendo mais viáveis do ponto de vista comercial. Estava inaugurada a "Revolução *Lager*", a cerveja que viria a dominar o planeta (BELTRAMELLI, 2012: 39).

A produção de cerveja atravessou as duas revoluções industriais, sendo uma das primeiras manufaturas a se beneficiar do aumento populacional das cidades. Antes dos tecidos, as cervejarias teriam se tornado a primeira indústria de consumo de massa da Inglaterra, passando a serem produzidas em larga escala, favorecida pela abundância do carvão como fonte energética. Os grandes produtores se diferenciavam dos pequenos, ao passo que uma nova divisão do trabalho na segmentação de tarefas foi implementada nas unidades fabris. No final do século XIX, foram introduzidos o termômetro e os sistemas de refrigeração artificial, esse último atribuído a *Carl Von Linde*, tecnologias consideradas marcos no controle do processo produtivo de cerveja que substituiriam a provisão de gelo natural cara e insuficiente diante da crescente demanda da indústria de alimentos. Assim, a partir de 1870, as cervejarias industriais se difundem para países com pouca tradição cervejeira, como é o caso do Brasil, pois "com a refrigeração abriu-

se a perspectiva de se produzir cerveja nos mercados consumidores e sob quaisquer condições ambientais, inclusive nos trópicos" (MARQUES, 2014: 29). Dessa forma, a seguir, buscamos observar a relação do desenvolvimento científico e tecnológico em sua associação com o capital no que se refere à conversão tecnológica das cervejarias industriais, o que problematizamos a partir da crítica da *razão* metonímica, como no que refere à existência de um *logos* relacionado à lógica produtivista.

4.3 A CONVERSÃO TECNOLÓGICA E A LÓGICA PRODUTIVISTA: A INDÚSTRIA DA CERVEJA

Pouco se sabe sobre a história da cerveja no Brasil, que teria chegado provavelmente no século XVII por meio da colonização holandesa, reaparecendo no final do século XVIII e, principalmente, a partir da abertura dos portos pela família real portuguesa em 1808. A grande influência cultural da Inglaterra sobre Portugal contribuiria para que chegassem ao Brasil as cervejas inglesas da nação "amiga", como a *Porter* e a *Pale Ale*, que dominaram o mercado brasileiro até meados de 1870, quando a importação passa a ser liderada pelas cervejas alemãs. Porém, com o aumento de impostos e o desenvolvimento da indústria nacional no início do século XX, praticamente se cessariam as importações de cervejas europeias.

Segundo Marques (2014), o desenvolvimento da C&T relacionado aos sistemas de refrigeração, à tecnologia de pasteurização, ao isolamento, à descrição científica do comportamento das leveduras, às máquinas de envase, entre outros, abririam espaço para transformar o modo de produção manufatureira em industrial, o que ocorre mais precisamente no final do século XIX e nas primeiras décadas do século XX, quando surgem as primeiras cervejarias industriais. Entretanto, por muito tempo a produção doméstica ou semiartesanal conviveria com o crescente mercado industrializado, ao menos enquanto os custos fossem aceitáveis. Embora seja comum associar a expansão do consumo de cerveja no Brasil à imigração europeia, Marques sublinha o potencial de cidades como o Rio de Janeiro enquanto maior mercado urbano, centro político e cultural do Império e da República, portanto, promissor para novos investimentos. Na década de 1880, surgiram as primeiras cervejarias industriais Brahma e Antarctica, que polarizariam no Rio de Janeiro e em São Paulo, respectivamente, a produção de cervejas com capacidade superior às cervejarias manufatureiras. Para se ter ideia da escala de produção, a cervejaria Bhrama empregava cerca de 32 operários com capacidade de

produzir até 12 mil litros por dia, média bem acima dos estabelecimentos da época que contavam normalmente com cerca de cinco operários. Nas primeiras décadas do século XX, a maioria das pequenas cervejarias produziam cervejas de alta fermentação com modestos equipamentos, como no que se refere às técnicas de envaze, que levava a problemas como a explosão das garrafas pela pressão do gás carbônico, sendo utilizado barbante para amarrar as rolhas feitas de cortiça, motivo pelo qual ficariam conhecidas como cerveja barbante, sendo ainda mais perecíveis do que as cervejas industriais por não passarem pelo processo de pasteurização, que requer o controle da temperatura.

Com o objetivo de agilizar as vendas, cervejarias manufatureiras costumavam manter um salão contíguo à fábrica, onde era possível consumir cerveja, oferecendo música e outras atrações. Abasteciam bares próximos evitando sistemas complexos de distribuição que encareciam a bebida. Uma importante diferença entre a escala manufatureira e a industrial está no menor custo do produto, possibilitado pelas inovações tecnológicas empregadas no processo de produção. Podemos observar, assim, que gradualmente, e cada vez mais, a disponibilidade de capitais para investimentos tecnológicos se apresentava como um divisor para se continuar no mercado, de modo que as cervejarias ficaram diferentes umas das outras a partir da aproximação com os bancos.

Assim, o aporte de capitais para realizar a conversão tecnológica colocaria as cervejarias industriais na dianteira do mercado, produzindo cervejas em larga escala, com menores perdas e a preços reduzidos. O crescimento de um grupo seleto de empresas acompanharia o ciclo de investimentos de capital, em parte, como no caso da Antarctica, advindos da acumulação dos negócios do café que, no final do século XIX e início do século XX, fariam parte dos esforços de estruturação de um mercado nacional produtor em função da substituição das importações.

Nesse cenário, a crítica à *razão metonímica* de Santos (2006 e 2008) aponta a primazia e elegibilidade de uma das partes da totalidade global que, tomada como modelo, se impõe como referência às demais por uma relação de poder e dependência, podendo ser entendida como a herança da racionalidade ocidental moderna profundamente influenciada pela ciência, que se apresentam como formas únicas de pensamento articuladas. Santos busca mostrar que o que não se evidencia no campo econômico, social, político e cultural é ativamente produzido como não existente por uma racionalidade que se reivindica como única, que se apresenta enquanto uma razão

metonímica por meio de cinco monoculturas: a do saber e do rigor científico; a do tempo linear; a da escala dominante; a da lógica produtivista e a da classificação social.

A monocultura da lógica produtivista se refere a uma lógica que acaba por produzir a ideia do improdutivo associada à percepção sobre as cervejarias manufatureiras, que passariam a serem vistas como improdutivas quando comparadas às cervejarias industriais, que, por meio da conversão tecnológica, buscariam garantir o crescimento econômico, o principal critério e finalidade dessa lógica. A ciência e tecnologia nesse contexto, associada aos imperativos de reprodução ampliada do capital, pode ser entendida como catalisadora do desenvolvimento industrial, aumentando a concorrência intercapitalista entre as cervejarias. Assim, mediante critérios de produtividade das cervejarias industriais, baseados nas últimas tecnologias, como problematiza Dagnino (2008), passam essas a serem tidas não somente como as melhores, mas como as únicas possíveis, ou seja, credíveis dentro da lógica produtivista; o que pode ainda ser entendido como parte de um processo de apropriação acrítica de transferência tecnológica, que parte dos países centrais do capitalismo para os países periféricos.

Nesse sentido, sugerimos uma relação com a monocultura da lógica da escala dominante, segundo a qual a globalização privilegia as entidades ou realidades que alargam o seu âmbito a todo o globo e, ao fazê-lo, adquirem a prerrogativa de designar entidades ou realidades locais como rivais. Assim, as tecnologias de cerveja do modo industrial de produção chegariam ao Brasil por meio de um processo de transferência tecnológica que, associada ao aporte de capitais, as confere a conversão tecnológica colocando as cervejarias industriais na dianteira do mercado, rivalizando com a produção manufatureira e aos poucos a extinguindo.

Nesse processo, atuaria ainda a lógica da monocultura do tempo linear, que se refere à produção da ideia do atraso aqui associada às cervejarias manufatureiras, tendo em vista que as cervejarias industriais e seus produtos passam a figurar como partícipes do progresso auferido pelo desenvolvimento de uma C&T pretensamente universal, ainda que parta de um processo situado, que, em última instância, diz respeito a certo modo de produção e concepção de desenvolvimento. Vale situar que uma das principais críticas dos movimentos de contracultura do século XX, como também do pensamento CTS, se refere à ideia da C&T como instância autônoma e externa à condição humana, portanto, neutra, bem como a problematização da lógica determinística linear da C&T, como se seu desenvolvimento se desse em um sentido único da história na direção ao

progresso, se desdobrando linearmente em bem-estar social e econômico. Os autores aqui citados se inserem no pensamento CTS, que nasce no ensino de ciências dirigindo críticas à neutralidade da C&T, uma vez que não a entende como autônoma ou regida por forças endógenas e externas à condição humana, devendo-se preparar os educandos/indivíduos para se posicionarem politicamente sobre as questões que envolvem a ciência e a tecnologia em suas relações com a sociedade.

Como considera Schneider sobre a relação entre a escala de produção e o capital na formação do gosto, a produção em pequena escala pode conceber a prioridade do consumo sobre a produção, do valor de uso dos produtos sobre o valor de troca, relação que se inverte quando a escala operacional se agiganta sob o imperativo da ampliação e reprodução contínua do capital. Se só é possível gostar de algo mediante a informação de sua existência, papel hoje desempenhado pela indústria cultural, só existiria para gostarmos aquilo que é produzido e posto em circulação sob o comando do capital, que produz e informa o que lhe confira crescimento e concentração. Dessa forma, a formação do gosto capitaneado pelo capital se apresenta como “uma potência universal, que se confronta com cada indivíduo singular numa disparidade de forças absurda” (SCHNEIDER, 2015: 146).

Para concluir, ressaltamos a existência de um *logos* esclarecido da ciência positivista, que, além de atuar materialmente no desenvolvimento científico e tecnológico, teria desempenhado um papel fundamental na configuração de uma racionalidade ocidental moderna no que se refere à forma de pensarmos e percebermos o mundo à nossa volta, como buscamos refletir a partir das monoculturas da crítica da razão metonímica.

4.4 PRÓ-TEMPERANÇA E O DISPOSITIVO MÉDICO-LEGAL: O GOSTO NA GEOGRAFIA DO LAZER

Buscamos observar como as cervejarias industriais procuravam distinguir seus produtos de outras bebidas, como a cachaça e as cervejas barbante, se utilizando de argumentos que pudessem criar uma imagem positiva da cerveja enquanto uma bebida associada ao progresso científico e tecnológico e ao convívio temperante, diferente daquelas que levariam ao alcoolismo e à degradação social. Assim, pretendemos problematizar o estabelecimento de uma geografia do lazer na cidade do Rio de Janeiro e as estratégias das cervejarias industriais para se resguardarem da ameaça que

representava para seus negócios o movimento pró-temperança, bem como as tensões sobre o dispositivo médico-legal.

Nessa perspectiva, Fonseca Filho (2010) analisa a atuação do Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja (Sindcerv) fundado em 1948 pela Bhrama e pela Antártica. Inicialmente, as grandes cervejarias seriam taxadas acima das pequenas, de modo que buscariam atuar nos núcleos decisórios do poder alegando a qualidade superior de seus produtos e a baixa toxidade da cerveja, auferindo aos poucos a redução de tarifas alfandegárias e fiscais. Outro argumento utilizado pelas cervejarias industriais se referia à necessidade de um tratamento diferenciado por arcarem com custos superiores de produção, como as máquinas de refrigeração e pasteurização.

Nesse movimento, em que as cervejarias industriais canalizam esforços para dissociar a imagem da cerveja de outras bebidas, como do estigma social da cachaça, teriam atuado de modo a tencionar os dispositivos médico-legais em que o discurso médico associado ao jurídico agiram de modo a reprimir o consumo de algumas bebidas e permitir o uso de outras. Além de atuar no âmbito político, cervejarias como a Bhrama buscariam recriar por meio da propaganda a crença da indústria enquanto partícipe do progresso, em que seus produtos, sobretudo as cervejas de baixa fermentação, seriam tidos como menos danosos à saúde e dados ao convívio social, ocupando um lugar valorativo capaz de conferir aos consumidores o passaporte para as nações civilizadas e industriais, o que aciona o imaginário do que venha de fora, particularmente da Europa. Esse discurso potencialmente encontraria ressonância no desejo daqueles que buscavam estrelar no país de Cocagne por meio do consumo de cervejas, enfim, se diferenciar:

> Vê-se que a cerveja se incorporou aos hábitos cotidianos brasileiros desde inícios do século XX, apresentando-se como uma bebida industrial, leve, propícia ao convívio social ameno, sem os impulsos violentos provocados pela aguardente e ainda dotada de propriedades nutritivas. Se havia, por um lado, indústrias a proferir discursos para legitimar seus produtos, havia, de outro lado, uma sociedade receptiva à mensagem, aspirando a ingressar no universo das nações civilizadas e industriais (MARQUES, 2014: 244).

Como observa Carneiro (2010), em meados do século XVIII, a teoria dos humores seria superada, de forma que, no século XIX, a embriaguez passa a ser entendida por uma perspectiva nosológica, como uma doença ou vício, com descrições sintomáticas que requerem determinada terapêutica. Surgiriam na Inglaterra, diante da Epidemia de Gim, as primeiras propostas de proibição do consumo do álcool relacionadas aos destilados, influenciando o movimento pró-temperança em diversos

países, como nos EUA, que em 1919 promulga o *Volstead Act*, conhecido como lei seca. A expansão da cultura de cereais nos EUA durante o século XIX levaria à intensa produção de destilados como uma forma de se evitarem perdas de excedentes, expandindo a oferta com diminuição dos preços, contando com uma ampla rede de distribuição ferroviária. A lei seca durou até 1933, sendo a consequência da intensa mobilização de movimentos religiosos e ligas pró-temperança, fazendo com que o comércio de bebidas se tornasse um atrativo negócio para as máfias, resultando em uma leve baixa do consumo e no aumento em quatro vezes do valor da bebida, que pela falta de regulamentação levava a intoxicações frequentes.

No Brasil, a União Brasileira Pró-temperança de cunho eugenista buscaria se articular sobretudo diante dos hábitos de consumo da cachaça pela população pobre, negra e mestiça, o que levaria as cervejarias indústrias a uma guinada política:

> Com tantos ataques à legitimidade social das bebidas alcoólicas, as cervejarias de baixa fermentação ensaiaram algumas respostas. Para começar, abandonaram a ênfase na propaganda das cervejas de primeira qualidade, justamente as de teor alcoólico mais elevado e as mais caras. Essa guinada na política de imagem era coerente com o movimento de vendas do período da guerra, pois as cervejas de primeira qualidade perderam lugar para as cervejas do tipo Pilsen, mais leves, mais baratas e menos alcoolizadas (MARQUES, 2014: 238-239).

Como nos leva a considerar esse trecho, o gosto do brasileiro pelas cervejas de baixa fermentação, que atualmente formam uma ditadura *Lager* não se processaria de forma autônoma ou indiferente ao contexto da realidade em que se insere. Se, naquele momento, para muitos juristas, a bebida estava associada ao crime e, para os médicos, justificava o alcoolismo e a degeneração da raça, as cervejeiras industriais se articulariam por meio de uma guinada política que resguardasse seus negócios. Optam, portanto, pela produção, informação (propaganda) e circulação de um tipo específico de cerveja, menos alcoólicas, mais baratas e potencialmente mais simpáticas àqueles que se inspiravam no exemplo da lei seca norte-americana. Dessa forma, o gosto do brasileiro pela sagrada cervejinha, se desenvolve por meio de um processo social historicamente situado e de longa duração, portanto, não de forma espontânea ou atemporal.

Nesse sentido, Schneider (2015) considera que o gosto popular seria visto (ou tido) como supostamente natural, sendo o resultado de um intrincado processo em que o capital se apresenta em uma disparidade de forças diante do indivíduo, produzindo, informando e colocando em circulação apenas o que lhe possibilite acumular e

reproduzir. As infotelecomunicações (ITCs) agiriam nos mecanismos da indústria cultural nos planos ideológico, psíquico (afetivo/emocional) e econômico por meio de uma ação pedagógica difusa, lúdica e informativa, o que aumentaria sua eficácia, ocultando o caráter heterônomo de sua atuação, pois:

> Se, por um lado, julgamos fundamental que se leve em conta que são os diferentes lastros na experiência concreta que asseguram leituras distintas dos mesmos produtos simbólicos, e que o que é selecionado para ser reproduzido e posto em circulação, apesar de excludente (o que é inevitável em uma seleção), atende, de alguma forma, a alguma demanda existente (que não é todavia fruto do "gosto popular" como expressão "natural" da alma popular, mas da formação de consumidores, determinada por sua posição em meio às relações de trabalho, que condiciona seu acesso à parte da produção cultural em circulação), julgamos ainda mais importante identificar a espantosa unidade de aprovação social, ainda que sob mil variantes de recepção ativa, dos mesmos discursos e gostos hegemônicos (SCHNEIDER, 2015: 85).

Nesse intrincado processo, fatores, digamos extragosto, atuariam sobre a formação do gosto como o que se refere às tensões sobre o dispositivo médico-legal, de modo que as bebidas alcoólicas, desde as cauinagens no Brasil, não se tornaram pecado da noite para o dia. A partir do século XX, cresce a intervenção do Estado na disciplinarização dos corpos e na medicalização das populações, com recenseamentos estatísticos e modelos epidemiológicos que buscavam evitar a deterioração social e racial, perspectiva em que se inseriam os alcoólatras. Para Carneiro (2010), a novidade, porém, não seria o conceito de vício, de dependência ou de embriaguez, já existentes, mas a conjunção de forças políticas, culturais e sociais que daria hegemonia a esses conceitos, que passariam na tradição clínica a circunscrever as fronteiras do vício. Destarte, política médica se confundiria com a polícia médica nas estratégias estatais de campanhas e intervenções contra o consumo de bebidas alcoólicas, como se, dessa forma, controlassem a erradicação de uma doença. Se, antes, o uso abusivo de substâncias psicoativas era dado por explicações morais e religiosas, no século XX se afirma de forma mais proeminente como um problema médico de adicção, termo proveniente de *addiction*, traduzido para o português como vício. Entretanto, o movimento de pró-temperança de perspectiva eugênica perderia força após a Segunda Guerra Mundial com a emergência da saúde pública. Como aponta Cruz (2005), a partir da década de 1950, a Organização Mundial da Saúde (OMS) passa a ter um papel destacado no âmbito internacional das políticas sobre drogas substituindo o termo vício por dependência. A partir de 1980, a Associação Americana de Psiquiatria (APA) passa a influenciar a conceituação dos fenômenos relativos ao uso de drogas, como a

classificação do DSM (Manual Estatístico e Diagnóstico da APA), que influenciou a Classificação Internacional de Doenças da OMS (CID-10).

Ademais, Marques considera que a campanha pró-temperança no Brasil, embora se dirigisse a toda a população, teria impacto mais intenso sobre a população pobre, cujos hábitos culturais em função da situação de miséria se associavam ao consumo de álcool e à elevada incidência de doenças. Embora nas casas legislativas a forte representação de parlamentares ligados à lavoura da cana-de-açúcar tivesse impedido que projetos proibicionistas, aos moldes do estadunidense, fossem adiante, dificilmente seria alterada a imagem negativa da cachaça, uma vez que "havia algo na cerveja que vinha ao encontro das aspirações da elite brasileira no início do século XX. A associação com a modernidade, com a industrialização e o apagamento da memória incômoda da escravidão, tão viva ainda" (MARQUES, 2014: 256). Nesse sentido, poderíamos lembrar Vargas (2001) no que se refere ao imaginário do que vinha de fora, da Europa da *belle époque* para o país dos tupinambás, podendo os mais distintos trocar a cachaça pela cerveja industrial de baixa fermentação, brilhante como o ouro, diferente das cervejas de alta fermentação de produção essencialmente manufatureira. Assim, semelhante ao que observamos na Epidemia de Gim, em que a cerveja era tida como uma bebida mais "higiênica" do que os destilados, na primeira metade do século XX se poderia observar a existência de uma geografia do lazer na cidade do Rio de Janeiro. Seria, então, nos cafés, confeitarias e restaurantes do centro da cidade os locais onde se consumia chope e cervejas de baixa fermentação, enquanto que nos bairros mais afastados e no subúrbio se consumia a cerveja barbante e a Parati, como era conhecida a cachaça, de modo que a escolha do consumidor poderia se dar menos em função do preço da cerveja do que do local onde era servida:

> A rusticidade do ambiente, conforme se percebe nas descrições dos contemporâneos, tornava estes espaços atraentes aos homens de modo simples que jamais ousariam entrar numa confeitaria da Rua do Ouvidor, ainda que o chope servido ali pudesse custar quase o mesmo tanto do que pagavam pelo copo de cerveja. (MARQUES, 2014: 130-131).

Em uma perspectiva semelhante, Schivelbusch (1992) aponta que as gravuras da era vitoriana de William Hogarth, retrataria o Beco do Gim como um espaço de decomposição moral, ao passo que a gravura da Rua da Cerveja ilustraria um ambiente sereno. Esses seriam os lugares dados às bebidas digamos, na geografia do lazer da era vitoriana. Assim, em ambos os casos, o *logos* da distinção das bebidas parece dialogar

com a crítica de Santos (2008) no que se refere à monocultura da classificação social, uma lógica que naturaliza a diferença, distribuindo as populações por categorias hierarquizadas sob a forma de uma inferioridade insuperável, uma vez que entendida como natural. Aqui, portanto, a cachaça estaria para os pobres, negros e mestiços, assim como o chope e a cerveja de baixa fermentação estariam para a elite da *belle époque* carioca, e as cervejas barbante para o lazer da massa trabalhadora.

Assim, tanto aqui, no Rio de Janeiro, quanto na era vitoriana, os agenciamentos coletivos em torno dos usos das bebidas alcoólicas de forma similar se referem à expressão de estilos de vida e *habitus* que se manifestam na dimensão estruturante do indivíduo por meio da formação dos juízos de gosto e de práticas que dão sentido às suas escolhas, resultado de sínteses dialéticas que se processam em dada estrutura que, em última instância, o situa na posição que ocupa nas relações de trabalho em meio aos conflitos e às contradições de classe do sistema de produção capitalista.

Dessa forma, concluímos que, ao mesmo tempo em que atua o *logos* da distinção que se manifesta por meio de uma lógica da classificação social na geografia do lazer do Rio de Janeiro, atua também o *logos* do esclarecimento temperante através de dispositivos médico-legais que, no período analisado, se apresenta sob a influência dos movimentos pró-temperança e da perspectiva da eugenia. Nesse sentido, buscamos, a seguir, apresentar alguns conceitos relativos à indústria cultural a fim de pensá-los a partir do desenvolvimento da indústria cervejeira no Brasil, problematizando, em seguida, o lugar da cerveja na partilha moral entre drogas lícitas e ilícitas no que se refere aos dispositivos médico-legais e sua relação com a propaganda de cervejas.

4.5 A CERVEJARIA INDUSTRIAL NA INDÚSTRIA CULTURAL: O MAIS DO MESMO

A indústria cultural se apresenta como um referencial teórico sendo entendida por Adorno e Horkheimer que propomos a partir de, sendo entendida como aquela destinada às massas, da qual participariam milhões de pessoas, atuando por meio de métodos de reprodução e de disseminação de bens padronizados para satisfação de necessidades iguais. A técnica conquistaria seu poder na sociedade, sendo exercida pelos economicamente mais fortes, a racionalidade técnica reiteraria essa dominação. Nesse sentido, buscamos analisar a propaganda da indústria cervejeira no Brasil que se

desenvolve na primeira metade do século XX, portanto, no mesmo momento sócio-histórico em que os referidos autores dirigem suas críticas à indústria cultural.

Antes, porém, é importante pontuar que Cruz et al. (2014) reconhecem a existência de diferenças entre termos como publicidade, propaganda e marketing. A publicidade se refere a tornar algo público, de modo que a propaganda torna público tendo a função de propagar princípios e ideologias, se utilizando da promoção de vendas e dos meios de comunicação de massa para ser veiculada. Já o *marketing* seria uma estratégia gerencial com um conjunto de atividades para persuasão de um público-alvo. Tendo em vista que o detalhamento desses termos poderia nos demandar um esforço exaustivo, uma vez que são citados pelos autores que recorremos, ora em conjunto, ora separados, ou mesmo, como sinônimos, optamos por utilizar o termo propaganda em nosso turno, considerando que se aproxima do conceito de indústria cultural sobre o qual nos debruçamos, no sentido de se voltar à comunicação das massas, ainda que busquemos reproduzir o termo da forma como o encontramos nos textos de referência.

Assim, apontamos que, nas primeiras décadas do século XX, locais como o Jockey Club ou o restaurante Assírio do Teatro Municipal, frequentados pela elite carioca, contariam com o patrocínio e as estratégias de divulgação de cervejas da marca Brahma, que patrocinava eventos de visibilidade a fim de fortalecer sua posição no cenário político nacional, sendo as cervejarias industriais as primeiras a destinar gastos importantes com publicidade e propaganda, como ocorria desde então, sobretudo na época do carnaval:

> A iconografia utilizada na sua propaganda está repleta de símbolos que remetem à tradição da indústria cervejeira europeia. O frade medieval, imagem que lembra os mosteiros onde, diz a tradição, fazia-se a melhor bebida da Europa; a estrela de seis pontas, para alguns, um símbolo da pureza da bebida, feita sem aditivos, e, para outros, um dos principais instrumentos de trabalho do mestre-cervejeiro naquela época, o densímetro. Algumas peças de propaganda mostram consumidores vestidos de modo sofisticado, a usufruir da beleza da baia da Guanabara nos anos da *belle époque*. (MARQUES, 2014: 147-148).

Assim, a propaganda acionava signos relacionados à tradição da indústria cervejeira europeia, à imagem do frade medieval, a pureza da bebida, aos instrumentos de trabalho associados às últimas tecnologias e ainda a certo estilo de vida como o da *belle époque* considerado sofisticado na época, atuando na construção de identidades e de posições a serem ocupadas pelos consumidores por meio de produtos com os quais pudessem se identificar.

Na indústria cultural, Adorno e Horkheimer entendem que as distinções de preço entre os produtos teriam menos a ver com o conteúdo dos mesmos, do que com a utilidade que enceram para a classificação e computação de estatísticas de venda, criando uma hierarquia de qualidades. Para os autores, a distinção entre os produtos seria, no entanto, ilusória, de modo que "as vantagens e desvantagens que os conhecedores discutem servem apenas para perpetuar a ilusão da concorrência e da possibilidade de escolha" (1985: 102). Isso porque a produção capitalista manteria os trabalhadores presos de tal forma que sucumbiriam sem resistência ao que lhes é oferecido pela indústria cultural, pois na acelerada dinâmica capitalista seriam reproduzidos produtos de forma mecânica como uma garantia de que nada mudará, nada que não se adapte a um movimento constante e conhecido, se aperfeiçoando, porém, o feitio das mercadorias, em uma falsa liberdade de escolha.

Nesse sentido, desde as primeiras décadas do século XX, seria possível identificar algumas tentativas frustradas de fusão entre as cervejarias industriais que, entretanto, levariam a acordos comerciais sobre os tipos de cerveja e os preços destinados a diferentes perfis de consumidores. Assim, estipularam um parâmetro de preço comum para três categorias de cerveja, classificadas segundo a proporção de malte de cevada como matéria-prima, ainda que, com o tempo, esses acordos viessem a se desgastar. Em relação à matéria-prima, para cada tipo de cerveja era destinado um preço correspondente a determinado público. A diferença de preço da cerveja de primeira para a de segunda era de 21% e para a terceira de 28%. Entre essas últimas, uma diferença acentuadamente menor, de modo que o consumidor da cerveja de terceira pudesse optar por outra mais cara, ao passo que o de segunda por uma mais barata. As cervejas de primeira qualidade tinham um mínimo de 5,6% de extrato de malte por metro cúbico, destinadas a serem substitutas das inglesas e alemãs, as de segunda qualidade de 3% a 5,5%, e as de terceira até 2,9%. No que se refere ao acordo de preços, estava previsto o sobrepeso nos domínios comerciais alheios, prevendo a possibilidade da venda do produto concorrente no próprio domínio comercial com cooperação na distribuição. Os desgastes se evidenciaram diante de problemas referentes à entrega de bebidas com defeito nas garrafas e a dificuldade de se alcançar um denominador comum referente aos custos de venda por categoria e, ainda, a definição do domínio de venda em novas regiões.

Quando observamos o panorama atual das cervejarias industriais no Brasil, caracterizado pela concentração oligopolista, cuja produção majoritária se refere a um

tipo de cerveja voltada ao consumo de massa, acreditamos que ela se insira na indústria cultural. Com propagandas voltadas ao grande público enquanto um produto de massa, as cervejas pouco se diferenciam entre si pelo conteúdo, o que corresponde à existência de uma ilusão de forma e a de uma falsa liberdade de escolha. Ainda que seja possível notar atualmente movimentos de tipificação, como o da cerveja super *premium*, seriam especificações mais baseadas em critérios mercadológicos do que em características intrínsecas aos produtos, não coincidindo, por exemplo, com as classificações adotadas internacionalmente pelo BJCP, pois "na verdade, o que motiva as grandes companhias brasileiras a ingressar nesse nicho de mercado é a possibilidade de auferir melhores margens de lucro e conquistar maior fidelidade às marcas vendidas" (ROSA, COSENZA e LEÃO, 2006: 132).

Segundo Adorno e Horkheimer, com o desenvolvimento e a padronização da técnica, a indústria cultural teria excluído o amadorismo por um processo de repetição no aperfeiçoamento da produção em massa, reforçando estereótipos reconhecidos dentro de ideologias as quais os conteúdos possam corresponder às identidades criadas, ainda que se refira a uma pseudoindividualidade, de modo que "a indústria cultural acaba por colocar a imitação como algo absoluto. Reduzida ao estilo, ela trai seu segredo, a obediência à hierarquia social". Dessa forma, "na indústria cultural, o mais inflexível de todos os estilos, revela-se justamente como a meta do liberalismo, ao qual se censura a falta de estilo" (1985: 108). É preciso ter estilo, ainda que a diversidade de estilos criados pela indústria cultural por meio de uma profusão de marcas de cerveja, sob a pretensão de serem cervejas diferentes, em verdade, se igualam. O critério unitário de valor na indústria cultural dependeria, assim, do resultado de ostensivos investimentos, os valores teriam mais a ver com o sentido dado aos produtos destinados, mais aos tipos adequados às classes do que tão somente ao valor do objetivo em si.

A partir do século XX, a padronização dos meios de produção fez com que os produtos se assemelhem, passando a se diferenciarem da concorrência cada vez mais por meio das marcas, a dimensão imaterial dos produtos, sendo, no caso das cervejarias industriais, notório os elevados investimentos em propaganda. Nesse sentido, Fontenelle, em *O nome da marca* (2013), analisa a trajetória do Mcdonalds fazendo uma leitura da indústria cultural em uma versão mais próxima de nossos tempos. Assim, busca problematizar as marcas a partir do fetichismo das imagens, sugerindo que o sujeito atual não seja alguém encantado e passivo diante das imagens, exceto pela existência do vazio que prometem preencher em uma sociedade em que a cultura se tornou

descartável. A sociedade das imagens seria o resultado de um processo que começou no início do século XX em função da ideologia do progresso tecnológico, que levou à constituição de um tempo veloz marcado pela incessante produção e consumo de massa, adquirindo os produtos novos sentidos por meio das imagens. Assim, a autora busca compreender a forma como a nossa sociedade acolhe e sobretudo precisa das imagens, de modo que a implosão constante de imagens resultaria em uma ilusão de forma sob a promessa de preencher o imenso vazio da sociedade contemporânea em que estar na imagem corresponde a existir, dizer algo sobre si mesmo e sobre o mundo.

A indústria cultural tanto técnica quanto economicamente se funde com a publicidade, como se essa fosse seu elixir da vida. O produto da indústria cultural reduziria o prazer que promete ao fetiche da mercadoria, de modo que os altos investimentos em propaganda acabariam retornando às grandes corporações, como no caso das cervejarias industriais, pois "o poder de fixação de preços acontece via construção de marcas, o setor demanda altos gastos com propaganda, tendo nessa necessidade uma das grandes barreiras a novos entrantes", de modo que "as principais ferramentas utilizadas são as campanhas publicitárias em comerciais de televisão, cinema, rádio, veículos de informação de impressa e virtual, além de patrocínios em atividades esportivas, sociais e culturais" (CERVIERI JÚNIOR et al., 2014: 115 - 116). Desse modo, como previam Adorno e Horkheimer, a publicidade se torna tão essencial que o abandono dessa prática corrente incorreria em perda de prestígio constituindo uma infração, pois o próprio sistema obriga à utilização da técnica publicitária a todo produto da indústria cultural. Assim, a propaganda aciona tudo o que seja portador e gerador de significados que expressem valores e comportamentos com o objetivo de efetivar o consumo, entendido como um ato essencialmente cultural, pois não acontecem sem um significado ou sentido, não se limitando à capacidade de comprar a disponibilidade do produto. Diferente do consumo, o consumismo deriva do papel central que o consumo assume na sociedade, desempenhando a função de continuamente construir e reconstruir a autoidentidade.

As marcas teriam um peso central na determinação do valor de mercado das empresas, podendo ser avaliadas de acordo com uma metodologia baseada em aspectos mercadológicos. A metodologia desenvolvida pela *Interbrand* avalia aspectos mercadológicos relacionados à marca, tais como: liderança, grau de internacionalização, longevidade, tendências, mercado, suporte e proteção legal. A empresa *Interbrand* é responsável por divulgar anualmente o ranking das marcas mais valiosas do mercado a

partir da aferição de seu valor virtual, que influencia o preço das ações e o valor das empresas. No ranking da *Interbrand* (2015), que classifica as 25 marcas mais valiosas do mercado brasileiro, identificamos quatro marcas de cerveja da Ambev. No ranking, em primeiro e em segundo lugar estão os bancos Itaú e Bradesco, respectivamente, em terceiro lugar está a marca mais valiosa de cerveja do país, a Skol, seguida pela Bhrama em quarto, pela Antarctica em oitavo e pela Bohemia em vigésimo quarto lugar.

Em sua pesquisa, Silva (2012) analisa as propagandas de cerveja das marcas Itaipava e Skol, de modo que a Skol lançou, em 2011, a campanha Chegou Skol 360° graus, fruto de três anos de pesquisa, que levaria ao mercado uma cerveja que não estufa e que desce redondo. Sobre as propagandas da Skol, destacamos a que se refere à imagem de um churrasco, com jovens aproveitando uma tarde ensolarada. Em destaque, na parte inferior, estaria um jovem entre 25 e 30 anos com uma cerveja na mão, do sexo masculino, sorridente e convidativo, usando uma camiseta xadrez e uma sandália de borracha. A propaganda buscaria representar possivelmente a ideia de um universitário ou recém-formado, uma pessoa amigável, que demonstraria certa tranquilidade e descanso, sugerindo envolvimento e proximidade.

A cerveja na propaganda da Skol se apresenta como um convite afirmativo à felicidade, ao relaxamento e à boa companhia, de modo que a ideia de um churrasco acompanhado de cerveja antecipa, no terreno do habitual, um movimento de produção de necessidades previstas e encerradas em dado perfil de consumidor estereotipado, quando "as particularidades do eu passam a ser mercadorias monopolizadas e socialmente condicionadas, que se fazem passar por algo natural" (ADORNO E HORKHEIMER, 1985: 128). Assim, a cerveja Skol se apresenta como um produto que, tanto material quanto simbolicamente, a despeito de todos os signos criados pela propaganda, em verdade, se refere ao mais do mesmo. As campanhas publicitárias de peso revelam a potência do capital que, na formação do gosto, reitera a autoconservação que garanta sua ampliação e reprodução, colocando, por meio dos mecanismos da indústria cultural, cada indivíduo no plano do ser genérico, em uma aparente liberdade que é o produto da aparelhagem social, econômica e ideológica. Destarte, o amor pelos heróis como se apresenta no cinema, ou como podemos observar nas propagandas das cervejas industriais com ídolos da música *pop* ou jogadores de futebol, buscam, por meio dos mecanismos da indústria cultural, nutrir a secreta satisfação de estar liberado do esforço da individualização substituída pela imitação, reforçando o estereotipado universal, que diz respeito a uma "pseudoindividualidade cuja beleza é utilitária", sendo

que “a heroificação do indivíduo faz parte do culto do barato” (ADORNO E HORKHEIMER, 1985: 129).

4.5.1 **A regulamentação de propaganda: o dispositivo da cerveja**

A produção de bebidas alcoólicas no Brasil é controlada e fiscalizada pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), uma autarquia do Ministério da Saúde, uma vez que se entende que seu consumo implica riscos, estando, da mesma forma, as empresas de bebidas sujeitas às restrições na veiculação da propaganda de seus produtos, o que consideramos um desdobramento do dispositivo médico-legal, que envolve os saberes de ordem médico-jurídico. Nesse sentido, a fim de abordar as restrições à cerveja, precisamos, antes, situar brevemente seu lugar na problemática das drogas, que são divididas entre lícitas e ilícitas no campo jurídico.

Segundo Karam (2014), a diferenciação entre drogas lícitas e ilícitas é arbitrária, sendo imposta por convenções internacionais e contemplada nas legislações de diversos países. Divisão que violaria o princípio da isonomia, que implica que o mesmo tratamento seja dado e os mesmos direitos reconhecidos a todos que estejam em igualdade de condições e situações. Assim, se submete ao sistema penal produtores, comerciantes e usuários de determinadas drogas, enquanto a produção, circulação e o consumo de outras ocorre na legalidade. A guerra às drogas tornadas ilícitas, cuja produção e comércio se faz por agentes clandestinos, potencializa os riscos à saúde e gera a violência instaurada com o tráfico. Sem nenhum tipo de regulamentação, os fornecedores de drogas agem sem que o Estado tenha controle das drogas oferecidas, o que pode aumentar seu potencial tóxico, misturando-as ainda com outras substâncias, de modo que muitas overdoses surgiram da fragilidade do organismo associada à quantidade e a qualidade das drogas, sobretudo quando alteradas.

A divisão entre drogas lícitas e ilícitas, para Vargas (2001), se refere à existência de uma partilha moral de ordem médico-legal que aponta a contradição do dispositivo das drogas, que se refere à forma paradoxal de nosso tempo em que se condena e se pune o uso de algumas substâncias associadas ao estigma do vício e da doença, ao passo que nunca se incitou tanto o uso de outras por meio da invasão farmacêutica, que em nome da conservação biológica da vida propaga os critérios éticos da vida em extensão. Se praticamente todos nós nos expomos de alguma forma ao uso de drogas, embora não de todas, e nem da mesma forma, mas por meio de agenciamentos coletivos que

apontam para a configuração de determinados perfis de usuários, seria necessário desnaturalizar a visão segundo a qual o consumo de drogas seria um fenômeno que se reduza à condição de resposta a crises ou carências, devendo ser investigada a partir de um ponto de vista epistemologicamente positivo. Propõe, assim, pensar o conceito de *habitus* para problematizar o uso das drogas, não como o que se refere ao retorno do recalcado, mas ao caráter expressivo das práticas de compartilhamento material e simbólico em torno do retorno do/ao alterado, que enseja redes de sociabilidade e de *habitus* por meio de movimentos contínuos de escapar do normal e a ele retornar.

Tal como o paradoxo do dispositivo das drogas, algumas incongruências podem ser observadas nas diferentes restrições sobre a propaganda que incidem sobre as drogas lícitas, como o tabaco e o álcool, na lei 9.294/1996. Segundo Karam, enquanto para o tabaco existem cláusulas para advertência de seus males nos rótulos com imagens atemorizadoras, a mesma lei determina que as embalagens de bebidas alcoólicas contenham somente a frase evite o consumo excessivo do álcool, sem qualquer advertência aos riscos e danos à saúde. A mesma lei que estabelece ser vedada a propaganda comercial de derivados do tabaco permite a propaganda comercial de bebidas alcoólicas em emissoras de rádio e televisão, com restrição ao horário de 21h às 6h, prevendo ainda a não associação do produto ao esporte ou a qualquer atividade de desempenho saudável. O mais inexplicável, contudo, seria a exclusão das cervejas no que a referida lei entende por bebidas alcoólicas, uma vez que as restrições incidem apenas sob as bebidas que contenham teor alcoólico superior a 13% do volume, sendo que as cervejas industriais giram em torno de 5% do volume, de modo que autora problematiza:

> Para o legislador de 1996, a cerveja não seria bebida alcoólica! Seria o quê? Um refrigerante? Produtores e comerciantes de cerveja seguem assim, incólumes e impávidos, fazendo livre propaganda de tal droga, a qualquer hora, tendo até mesmo assegurada a associação de sua imagem aos mais populares eventos esportivos (2014: 50).

Outro ponto intrigante e refere à expressão controversa entre as leis que versam sobre o álcool, pois se, por um lado, a perspectiva de moderação legislativa pode ser observada na renúncia à imposição de quaisquer restrições à propaganda de cerveja, por outro, apresenta-se o furor repressivo quando se trata não mais de empresas, mas do indivíduo consumidor, como nas alterações introduzidas pela lei 1.705/2008 à lei 9.503/1996, no que se refere ao Código de Trânsito Brasileiro. A infração, que antes

consistia em dirigir sob influência do álcool em nível superior a seis decigramas por litro de sangue, passa a ser tão somente dirigir sob a influência de álcool: “aqui, um mero copo da mesma cerveja cuja propaganda é liberada já aparece ao legislador tão nocivo a ponto de tirar do indivíduo a habilidade de dirigir veículos com segurança” (KARAM, 2014: 53). Nesse sentido, as alterações no artigo 277, §3 do Código de Trânsito Brasileiro instituem que o condutor que se negar a se submeter ao bafômetro passa a incorrer nas mesmas sanções daqueles que tiverem comprovadamente ingerido bebidas alcoólicas, ou seja, “os testes ou exames serviriam tão somente para que o motorista provasse não ter ingerido bebida alcoólica, presumindo-se que o tenha feito pelo simples fato do mesmo invocar o direito fundamental a não produzir prova contra si mesmo” (2014: 53).

Assim, o direito de não produzir provas contra si mesmo seria inseparável da garantia de presunção de inocência, consagrada pelas declarações internacionais e pelas constituições democráticas. Essa garantia, prevista no processo penal, entende que na posição de réu ou investigado, o indivíduo está em uma posição vulnerável, sob ameaça de sofrer o peso do poder punitivo do Estado, tendo o direito, não só de não se autoincriminar, como também de não revelar o crime que cometeu ou coisa alguma que possa lhe causar danos ou prejudicá-lo. Destarte, além de violar a garantia de presunção de inocência, as modalidades de intervenção corporal ou extração material do corpo do indivíduo para formar provas ou condicionar o exercício do direito, violaria os direitos universais de integridade física e à intimidade. O que, em suma, “ são posicionamentos que não conseguem esconder sua totalitária inspiração nos antigos métodos da Inquisição ou nos mais recentes arsenais construídos por ditaduras de todos os matizes. Sua intrínseca incompatibilidade com a democracia é evidente” (KARAM, 2014: 54). Ademais, a definição de conduta criminalizada ao consumo de bebidas alcoólicas eliminaria a previsão de crime ao perigo concreto à incolumidade alheia:

> A criminalização de condutas tão somente por parecerem abstratamente inadequadas, como acontece na indevida criminalização da mera direção de veículos após a ingestão de álcool, sem que se apresente um perigo concreto de lesão a um bem jurídico individualizável, está, mais uma vez, a revelar inspiração totalitária, incompatível com o Estado democrático (2014: 55).

Dessa forma, sugerimos pensar a existência de um dispositivo da cerveja de ordem médico-legal cuja contradição se apresente similar ao dispositivo das drogas, pois, no caso das cervejas, ao mesmo tempo em que as leis são permissivas com as

empresas que veiculam propagandas de peso, elas preveem punição rigorosa para seu uso, como no caso do código de trânsito. Além disso, outras contradições poderiam ser apontadas, como a que se refere aos rótulos de tabaco e de bebidas alcoólicas, ou mesmo ao entendimento do que seja bebida alcoólica na regulação da propaganda, que garante à cerveja, com base no teor alcoólico, um lugar privilegiado em relação a outras bebidas como o vinho e os destilados. O lugar da cachaça não seria mera coincidência e nem tampouco uma novidade.

Sobre a atuação do Sindcerv, a partir de 1985 ocorre um gradual processo de profissionalização que acompanha o processo de redemocratização e abertura política do país, quando ocorrem mudanças estruturais em que o Congresso Nacional passa a ocupar uma posição de destaque nas atividades de comunicação entre o Estado e o setor privado. As atividades de *lobby* da indústria cervejeira passam a tratar reivindicações da sociedade civil, entendidas como influentes no campo de seus negócios, como a veiculação de propaganda, passando o Sindcerv a se organizar por meio de uma assessoria jurídica, que mapeia as pautas e as proposições de temas relacionados às cervejas nas diferentes instâncias legislativas.

Nesse sentido, Silva e Delduque (2015) traçam um panorama sobre as propostas de lei do Congresso Nacional, a partir de uma análise realizada no banco de dados do Observatório da Saúde no Legislativo, problematizando a existência de uma confusão semântica entre uso, abuso e dependência. Os autores propõem pensar o conceito de processo social associado à noção de carreira, em que o uso de drogas seria um processo social de aprendizado e socialização, reversível, não sendo oriundo de um traço psicológico, como o que envolve a predisposição, ou que tivesse na carência e no vazio existencial uma forma única de compreensão. No campo da saúde, a medicalização do uso de drogas classificaria o uso como normal e patológico, diferente da classificação jurídica entre drogas lícitas e ilícitas. O processo de politização sobre os usos de drogas contribuiria para pensar o uso não como uma doença ou crime, sublinhando a existência de diferentes usos, o que contribuiu ao questionamento da equivalência semântica entre uso, abuso e dependência.

Diferentemente da descriminalização do uso de drogas pela via dos processos de politização do mesmo, o conjunto de proposições legislativas apresentadas durante a 53ª Legislatura aponta para processos de penalização e de patologização do uso de drogas, favorecendo que uma pessoa que esteja experimentando uma droga ou mesmo fazendo uso ocasional da mesma também seja alvo de tratamento, fazendo do problema social

das drogas não só um problema de saúde pública como também de saúde mental: essa parece ser a cruzada moral em curso no Brasil. Assim, o modelo médico tradicional de abstinência seria o mais comum nos projetos de lei que aglutinam termos como usuário e dependente, reforçando a perspectiva do tratamento ao usuário e não ao dependente. Dessa forma, a seguir, buscamos aprofundar as reflexões sobre o uso das bebidas alcoólicas a partir da educação sobre drogas na perspectiva da educação para autonomia.

4.6 EDUCAÇÃO EM SAÚDE: EDUCAÇÃO PARA AUTONOMIA NA EDUCAÇÃO SOBRE DROGAS

Tanto na vida como na arte, o uso das drogas teria sentido ambivalente, ora dão prazer e promovem sociabilidade, ora são uma ameaça ou um mau costume. O tema das drogas seria um tabu para pais e professores que sob o medo de perderem a autoridade na discussão com adolescentes evitam o tema por não se sentirem preparados. Entretanto, não falar sobre as drogas pode ser ainda mais ariscado. O título do livro *Quem tem medo de falar sobre as drogas? Saber mais para se proteger* (2015a), traz a contribuição de profissionais de diferentes áreas, sendo construído com base em um repertório de 156 perguntas formuladas por estudantes do ensino fundamental e médio das escolas públicas e privadas do Rio de Janeiro, colhidas no período de 1990 a 2012. Logo na introdução, Acselrad considera que, no período da adolescência, enfrentar desafios, correr riscos, testar a capacidade sobre si, faz parte do crescimento, de modo que o uso de drogas é um comportamento de risco semelhante a ter atitudes que seriam privilégios dos adultos. Muitas vezes, se tende a associar o consumo de drogas a adolescentes que de alguma maneira não correspondem ao desempenho esperado, no entanto, na adolescência, a droga seria apenas uma entre muitas outras questões, sendo que cada adolescente é único em seu contexto e experiências.

A atualidade das perguntas feitas pelos adolescentes sinaliza para que as políticas de drogas não estão correspondendo à realidade e aos problemas criados, uma vez que muitas ações tradicionais de prevenção às drogas possuem como objetivo exclusivo a abstinência. Assim, Acselrad problematiza: “O que fazer se algumas pessoas não conseguem, não podem ou não querem deixar de usar?” (2015: 18). Essas pessoas ficariam fora de um projeto de educação, à margem de informação e de ajuda, essenciais para prevenir danos. Da mesma forma, dizer que a droga é algo ruim, como na campanha Drogas nem morto, mais confunde do que educa, pois leva o adolescente

que experimenta e sente prazer a menosprezar os riscos que advém do seu consumo, que, embora sejam pequenos, existem e não devem ser menosprezados.

Para ilustrar esse fato, podemos citar os contos infantis, que estão repletos de poções mágicas e de heróis que as usam para superar os problemas da vida, como Alice, que, ao menos no país das maravilhas, crescia e diminuía para enfrentar as dificuldades. João e Maria, abandonados pelos pais, descobrem a casa de chocolates, comem abusivamente e, fortes, jogam a bruxa na fogueira, retornando ao lar através das pedras deixadas pelo caminho, sendo felizes para sempre com seus pais. *Popeye* comia espinafre, que o deixava forte e vencedor de brigas. Peter Pan e Sininho voavam fazendo o tempo parar. Branca de Neve comia a maçã envenenada e ficava na dependência de um príncipe que viria salvá-la, "mas o tempo passa e, quando crescemos, a história é outra; as poções que antes ajudavam tornam-se perigosas" (2015a: 12).

Acselrad (2013) recorre ao conto da *Bela Adormecida*, visto a partir de Aratangy (1991), propondo identificar a roca com as drogas. No conto, a princesa nasce em um reino encantado e os pais convidam a felicidade, as fadas, para o batizado, mas não convidam os imprevistos, os percalços, os obstáculos, as dificuldades do mundo, as bruxas. Rejeitadas, as bruxas rogam uma praga de que, quando crescesse, a princesa se feriria com uma roca de fiar e adormeceria para sempre. Preocupados, os pais providenciam o banimento das rocas por todo o reinado, "como se algum pai, por mais rei e poderoso que fosse, tivesse o poder de afastar dos filhos todos os objetos (e sujeitos...) capazes de feri-los, de lhes fazer mal. Ainda mais aos 15 anos" (1991: 12). Mas, restaria uma roca no sótão e, não sabendo como lidar com aquilo, a princesa se fere, adormece e confirma a maldição. Assim, Aratangy problematiza:

> Não teria sido mais sábio o rei se tivesse alertado a menina para o perigo que aqueles objetos representavam para ela e ensinado sua filha a se defender, em vez de tentar negar a existência de rocas e fusos? Talvez, se pudesse saber do risco que corria, a princesa fosse mais cuidadosa e até evitasse o acidente (1991: 12).

Ao analisar os discursos sobre as drogas no Brasil, Acselrad (2005) observa que os educadores esperam por um discurso pronto, uma fórmula mágica na qual as verdades estejam claramente enunciadas. O discurso da abstinência é apresentado como algo natural, sendo valorizado e distribuído como verdadeiro e possível. A demanda dos educadores por uma fala que oriente suas ações, acaba por cair na receita mágica repressiva e se frustram. Incorporando um discurso que não resulta de uma construção

própria, os professores têm a sensação de estarem insuficientemente preparados, afinal as verdades têm caráter transitório e contraditório, de modo que os usos das drogas mudam com o tempo. Uma substância que é legal em um país pode ser proibida em outro ou, em um mesmo lugar, pode em um momento ser proibido o uso e em outro não. Assim, a autora propõe pensar a obra *Educação para autonomia* a partir de uma base freiriana para a educação sobre drogas. Vale lembrar que para Freire "ensinar exige riscos, a aceitação do novo e a rejeição a qualquer forma de discriminação" (FREIRE, 2013: 36). A relação entre educador e educando deve se dar por uma educação dialógica em um movimento dinâmico que evite a transmissão de saberes prontos e acabados, doados de um ao outro, pois "ensinar não é transferir conhecimento, mas criar as possibilidades para a sua própria produção ou a sua construção" (2013: 47). A educação para autonomia exige a consciência do inacabamento dos saberes e o respeito à autonomia do saber do educando, sendo um processo permanente, no qual professor e aluno devem ser igualmente sujeitos na construção e reconstrução do saber.

Alguns levantamentos sobre o uso de drogas têm sido realizados nos últimos anos no Brasil, como o II Levantamento Domiciliar Sobre o Uso de Drogas Psicotrópicas no Brasil elaborado pelo Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas (CEBRID) em parceria da Secretaria Nacional AntiDrogas (SENAD) e a Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP), tendo envolvido 108 cidades do país com mais de 200 mil habitantes. Esse documento aponta que o álcool é a droga mais consumida no país e que causa maior dependência. Como podemos observar na tabela a seguir, em que O "uso na vida" se refere a uma experiência pelo menos nos últimos seis meses e o "uso no ano", a, pelo menos, uma vez nos últimos 12 meses que antecederam a pesquisa, na relação entre tipos de uso (usos na vida, no ano e no mês), as drogas mais usadas são o álcool e o tabaco, sendo o álcool de longe a mais usada entre os tipos de drogas auferidos pela pesquisa, apresentando as drogas ilícitas um consumo bem menos significativo, o que pode se dever ainda à dificuldade de se identificarem os usuários dessas drogas uma vez que são ilícitas.

DROGAS	TIPOS DE USO %		
	Na vida	No ano	No mês
MACONHA	8,8	2,6	1,9
SOLVENTES	6,1	1,2	0,4
BENZODIAZEPÍNICOS	5,6	2,1	1,3
OREXÍGENOS	4,1	3,8	0,1
ESTIMULANTES	3,2	0,7	0,3
COCAÍNA	2,9	0,7	0,4
XAROPES (codeína)	1,9	0,4	0,2
OPIÁCEOS	1,3	0,5	0,3
ALUCINÓGENOS	1,1	0,32	0,2
ESTERÓIDES	0,9	0,2	0,1
CRACK	0,7	0,1	0,1
BARBITÚRICOS	0,7	0,2	0,1
ANTICOLINÉRGICOS	0,5	0	0
MERLA	0,2	0	0
HEROÍNA	0,1	0	0
ÁLCOOL	74,6	49,8	38,3
TABACO	44,0	19,2	18,4

Figura 2. Drogas e tipos de uso.
Fonte: Carilini et al. (2006: 33)

Além do uso mais frequente, podemos observar, a seguir, que o álcool e o tabaco, drogas de uso tolerado, são as que causam mais dependência:

DEPENDÊNCIA	
% de *dependentes*:	
DROGAS	2005
ÁLCOOL	12,3
TABACO	10,1
MACONHA	1,2
BENZODIAZEPÍNICOS	0,5
SOLVENTES	0,2
ESTIMULANTES	0,2

Figura 3. Dependência de drogas no Brasil
Fonte: Carilini et al. (2006: 33)

Para Delgado (2005), cerca de 60 a 70% da população faria o uso não prejudicial à saúde e ao bem-estar social ainda que possam eventualmente fazer uso de maneira nociva. Aqueles cujo uso apresentaria problemas de maior ou menor gravidade estariam em torno de 30%, entre os quais, 10% apresentariam sinais de dependência, como observamos na tabela acima. Apesar do uso dependente do álcool se apresentar como o maior problema de saúde pública no campo das drogas no Brasil, as políticas de educação sobre drogas se inspiram comumente na perspectiva do modelo médico de prevenção e de tratamento do uso de drogas ilícitas que, associado à ideia de abstinência, acabam por deixar em segundo plano os riscos que representam o uso de bebidas

alcoólicas (ACSELRAD e ALARCON, 2014). Um exemplo disso, seria o Programa Educacional de Resistência às Drogas (PROERD), que faz parte das políticas antidrogas que se valem de metáforas militares, sugerindo um clima de guerra nas estrelas, impondo de forma autoritária medidas preventivas repressivas que buscam evitar a primeira experiência com as drogas ilícitas. O PROERD surge em 1992 no Brasil, inspirado e articulado ao programa norte-americano *Drug Abuse Resistence Education* surgido nos EUA em 1983. O programa, implantado pela Polícia Militar do Estado do Rio de Janeiro, existe hoje em vários estados do país, sendo regulamentado pelo Conselho Nacional de Comandantes Gerais da Polícia Militar e apoiado pela Secretaria Nacional de Políticas de Drogas/SENAD. O programa afirma a necessidade da prevenção através de uma proposta comportamentalista associada a símbolos de uma educação moral e cívica, "a imagem negativa da polícia tantas vezes identificada com a violência contra o cidadão, não favorece sua aceitação no espaço das escolas, parecendo mais uma tentativa de militarização do espaço de ensino" (2014: 62). De todo modo, os autores consideram que estudos quantitativos como os do CEBRID mostram que no Brasil se experimenta muito, ainda que o país possua relativamente poucos dependentes.

Se as bebidas alcoólicas representam o maior problema de saúde pública no que se refere ao uso das drogas no Brasil, poderíamos nos perguntar se não seriam as drogas lícitas as que fazem mais mal. De forma semelhante, essa pergunta foi feita por adolescentes: "Existe alguma droga que faça menos mal? Quais os tipos perigosos?". Respondida por Broca *apud* Acselrad (2015), quando ele coloca que a droga mais perigosa no mundo seria aquela com a qual se tem um uso problemático, ou aquela a qual se desconhece a toxidade, de modo que um ponto de partida seria considerar que o uso de qualquer droga possui riscos, uma vez que o problema da droga não está na substância em si, mas depende da personalidade, do produto, do meio e do momento em que se vive.

Alarcon (2015) observa que muitas pessoas associam a maconha a uma droga leve, ao passo que a cocaína seria uma droga pesada. No entanto, adverte que cada indivíduo em um contexto particular reage de forma diferente à droga. O que hoje pode ser considerado leve, amanhã pode se tornar pesado para a mesma pessoa, enquanto uns fazem o uso social da droga, outros só conseguem ter um uso problemático. Quem experimenta uma droga pela primeira vez, ou mesmo quem usa habitualmente, pode não ter maiores problemas se o uso não compromete suas atividades, seus afetos, seu trabalho, sua vida em geral. Os padrões de comportamento compulsivo em relação ao

uso, que chegam a provocar a incapacidade do autocontrole, mesmo às custas de muitos prejuízos, abrangem fatores psicológicos, neurológicos e sociais de difícil apreensão. De fato, ninguém consegue com facilidade e sem sofrimento abandonar hábitos longamente adquiridos, principalmente quando são produtores de prazeres e também de redes de sociabilidade, como apontou Vargas em sua tese (2001).

Para Acselrad (2005) a educação para autonomia requer pensar num diálogo no qual se contemplem todas as drogas, lícitas e ilícitas, bem como aquelas que passam distante do debate na sociedade como os remédios psicoativos, tranquilizantes, moderadores de apetite, anabolizantes e mesmo as drogas de uso involuntário, como os agrotóxicos pouco vistos como drogas. Os agrotóxicos são um exemplo de solvente, utilizado para evitar pragas nas plantações, em geral, acabam por serem inalados de forma involuntária junto com os alimentos, e, pelos trabalhadores, intoxicando de forma crônica e cumulativa, abalando a saúde física e mental. Resgatar o contexto histórico de uso das drogas nos levaria a observar que algumas drogas hoje consideradas perigosas para a saúde tiveram reconhecido valor terapêutico no passado. No século XIX, a cocaína era usada como anestésico local para pequenas cirurgias e para curar a dor de dente de crianças, a maconha tem uso legalizado e reconhecido valor terapêutico nos EUA, em Israel e no Canadá.

Para Alarcon (2015), a compulsão se refere muitas vezes a um sintoma de desconforto anterior. A relação problemática com a droga pode ser a busca da manutenção de um equilíbrio físico-mental perdido antes do uso, como uma estratégia criada pelo indivíduo para conviver e/ou sinalizar desconfortos mais profundos e difíceis de serem acessados. Nesse sentido, “não é surpresa a alta prevalência, nos serviços de saúde mental que atendem pessoas com ‘problemas com drogas’, de neuróticos graves, perversos e psicóticos” (GROSSI, 1999, *apud* CAMPOS, 2005: 214). O uso problemático não seria de todo modo o mais comum, não devendo ser generalizado nas ações educativas, se referindo a causas de difícil aferição, sendo as tentativas de explicação sobre as toxicomanias dadas pela medicina ainda bastante incompletas.

Apesar da distinção entre os usos e a complexa trama que pode levar à dependência, as ações educativas comumente dirigem o olhar à atuação das substâncias psicoativas no sistema nervoso central. De forma subliminar ou explícita, reduzem a experiência das drogas a uma questão biológica ou química, que se dá em um organismo igual para todos. Da mesma forma, os programas de saúde raramente

esclarecem as diferentes formas de uso de drogas, pois nem todo uso significa alteração do estado de saúde, se sobressaindo a noção de que todos os usos são igualmente perigosos. Para Acselrad (2005), diante do uso dependente, o educador deve ajudar atuando na formulação de demandas em unidades de tratamento especializadas, levando em conta a particularidade do caso, buscando manter um acompanhamento pedagógico.

Sendo o álcool uma substância solúvel em água, facilmente se difunde pelo organismo, de modo que, ao cair na corrente sanguínea, todos os órgãos do corpo podem ser afetados, sendo o fígado geralmente o primeiro a apresentar manifestações deletérias do uso crônico. O consumo acima da capacidade de metabolização a longo prazo gera lesões nas células hepáticas que levam à esteatose hepática, acúmulo anormal de gordura entre as células do fígado, o que pode iniciar um processo de morte celular e consequente fibrose tornando o fígado rígido no quadro de cirrose hepática. Na área médica, se tornou consenso identificar o tipo de usuário segundo a maneira pela qual ele incorpora o uso de drogas no cotidiano. O uso experimental se refere ao uso esporádico com nenhum ou pouco impacto sobre a saúde, no uso social ou recreativo se utiliza drogas repetidas vezes de forma controlada sem ocorrência de alterações nas funções orgânicas, sociais ou psicológicas. O abuso ou uso nocivo se refere aos que extrapolam os valores médicos e culturais aceitos em relação à quantidade, à frequência do uso e à via de administração, com recorrentes intoxicações e prejuízos físicos, sociais e psicológicos.

Para ser considerado dependente, o usuário deve atender a, pelo menos, três critérios dos seis descritos pelo CID-10, que prevê dois critérios biológicos: abstinência e tolerância, e quatro critérios que incluem elementos cognitivos: desejo compulsivo, dificuldade de autocontrole, dificuldade de se proteger de danos evidentes, restrição dos interesses e ampliação progressiva do tempo despendido com a droga. O sintoma da abstinência pode ser entendido como efeito da privação devido à diminuição da concentração plasmática da droga no organismo, com sintomas desagradáveis que compelem ao retorno do uso com alteração comportamental de elementos cognitivos e fisiológicos. A tolerância se refere à necessidade crescente de quantidade da substância para atingir o efeito desejado. A classificação para dependência seguiu gradualmente para uma definição mais ampla, incluindo não apenas a dimensão biológica, mas também a social e a comportamental.

Carvalho (2012) considera que o problema do alcoolismo na época do Brasil colonial e no Império não era uma questão eminentemente médica. O alcoolismo

socialmente condenável era o de pobres, escravos e pessoas do povo. A ideia do alcoólatra, ou do alcoolista, como sugeriam as correntes neurohigienistas seria construída nas primeiras décadas da República. O alcoolismo como uma doença é uma concepção contemporânea, recente em termos históricos, construída como um problema médico há pouco mais de cem anos. Assim, se, antes, as bebidas eram potencialmente terapêuticas e benéficas como na teoria humoral, passam, a partir da década de 1920, embaladas pela teoria do contágio, a serem vistas como um veneno, um malefício, com intensa produção de textos médicos sobre o alcoolismo. No Brasil, o combate ao alcoolismo foi capitaneado pela Liga Brasileira de Hygiene Mental e no meio médico através da expressão luta antialcoólica, fundada em preceitos de higiene mental e de eugenia.

Para Campos (2005), ainda que muitas vezes as drogas sejam tidas como elementos patológicos da sociedade, são, na realidade, elementos dela constituintes, sendo patológicos ou não a relação que as pessoas estabelecem com as drogas. Essas relações nem sempre são sintomáticas, de modo que atribuir a construção de uma relação problemática ao efeito químico de psicoativos é esquecer que a dependência, quando ocorre, é consequência e não a causa inicial do uso repetitivo, intenso, prolongado, para depois chegar, se chegar, à síndrome de abstinência:

> O efeito do uso para alguém – e não só o efeito químico, mas a experiência do uso com toda a sua significação subjetiva –, assim como o comportamento, sob efeito, depende do tipo de psicoativo, do estado emocional e da estrutura psíquica de quem usa, a que se adicionam os efeitos do contexto em que o uso acontece sobre quem usa, as expectativas e representações pessoais e sociais/grupais de uso (2005: 214).

Assim, o autor considera que não se deve transferir os marcos que orientam a assistência a pessoas com uso problemático de drogas, adictos, para a educação sobre drogas, até porque elas constituem uma minoria entre aquelas que usam psicoativos. Portanto, seria no mínimo inapropriado basear a educação sobre drogas nos princípios de assistência a pessoas consideradas dependentes, em que, em alguns casos, se deve considerar a validade do tratamento compulsório, em que a única saída seja a abstinência, quando, em uma situação extrema, a pessoa esteja impossibilitada de tomar decisões:

> O adestramento em comportamentos abstinentes pode ser justificado para algumas pessoas que o demandam como forma de se organizar diante das drogas, mas é contraditório no caso de uma atuação que se queira educativa, ou seja: não se pode confundir assistência a dependentes com educação sobre

> drogas, sem que se corra o risco de desvirtuar a educação ao ampará-la em princípios que, se válidos para uma parcela de pessoas que têm problemas com drogas, não se aplicam quando o objetivo é a construção de senso crítico (2005: 215).

Em uma breve comparação entre Freire e Freud, Campos considera que a educação sobre drogas deveria ser capaz de ressignificar as equações psíquicas dos indivíduos, cujos resultados sejam mais funcionais e vantajosos em termos de investimento libidinal, já que, "nessa busca, o objetivo daquele que atua como o provocador do processo (o 'educador') é a construção, com o (e 'no') educando de habilidades de autocuidado, de autonomia e de gerenciamento do equilíbrio entre essas habilidades" (2005: 217). Dessa forma, evitar o adestramento de atitudes socialmente valorizadas, requer o desenvolvimento de habilidades de gerenciamento do antagonismo entre segurança, como princípio de realidade, e liberdade, como princípio do prazer, sem que, para isso, se negue essas duas necessidades humanas.

Para Acselrad (2005), são raros os programas sobre drogas integrados no dia-a-dia das escolas, de modo que, quando existem, mormente predomina a prática esporádica de palestras de especialistas na área, com enfoque biomédico sobre as formas como se manifesta a dependência, sendo poucas as abordagens sobre a relação das drogas com as condições sociais de vida da comunidade. Apela-se ainda para confissão de ex-drogados, o que teria efeitos paradoxais, pois como são ex e se apresentam tão bem-dispostos, os adolescentes tendem a minimizar os relatos de suas tragédias passadas. Assim, por meio do discurso autoritário predominariam as técnicas pedagógicas comportamentais, devendo os jovens se enquadrarem em uma abstinência considerada indiscutível, ainda que permeada de contradições, assim, "permanece a confusão entre o verdadeiro e o falso, que não contribui para esclarecer as diferenças de usos que foram e continuam sendo, construídos historicamente" (2005: 195).

5 A MISTURA DOS INGREDIENTES NA RECEITA DA PESQUISA: A CERVEJA E OS MUSEUS DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA

Consideramos que, até aqui, construímos um breve panorama sobre as transformações dos usos das bebidas, bem como a noção de embriaguez a partir de recortes sócio-históricos. Buscamos problematizar a constituição de um *logos* esclarecido temperante da educação apolínea, que se anunciava desde o mito dionisíaco, de modo que a partilha cosmológica entre natureza e cultura se evidenciaria na partilha entre mente e corpo, contrapondo e sobrepondo o primeiro ao segundo, bem como os critérios de avaliação da vida em extensão aos de uma vida vivida em intensidade. Na Idade Média, a virtude da temperança é reconfigurada aos preceitos do cristianismo, que chegam ao Brasil colonial por meio da educação jesuítica, princípios posteriormente reconfigurados nos dispositivos médico-legais, tendo em vista o contexto dos movimentos pró-temperança e da teoria da eugenia na primeira metade do século XX.

A existência de um *logos* da distinção, ainda que se apresente na alimentação desde tempos remotos, como associado ao signo da diferença, adquirem novos contornos diante das normas de comportamento, que reiteram o domínio de um *logos* de alcova, devendo a mente domar os instintos do corpo. Ao propor uma leitura da era vitoriana, sinalizamos a relação entre a constituição de sentidos socio-históricos e a dimensão físico-material das bebidas por meio de agenciamentos coletivos, que sugerimos dizer respeito à dimensão intercorpórea das disposições incorporadas. Observamos que, sob as mesmas condições de existência, se configuram *habitus* que dão sentido às práticas e à formação de juízos de gosto configurados, em última instância, pela posição que os indivíduos ocupam em meio às relações de trabalho no contexto dos conflitos e das contradições de classe do sistema capitalista.

Nessa perspectiva, voltamos o olhar à geografia do lazer da cidade do Rio de Janeiro no início do século XX, cenário em que emergem as primeiras cervejarias industriais, cujos investimentos do capital na conversão tecnológica (lógica produtivista), associados aos esforços de construção de uma imagem positiva da cerveja, atuariam tanto em âmbito político (dispositivos médico-legais), quanto por meio da propaganda, eliminando aos poucos a concorrência das cervejarias manufatureiras, o que contribui para compreendermos a composição atual de um mercado oligopolizado por uma ditadura *Lager*. Nesse sentido, problematizamos a ideia do gosto do brasileiro pela cerveja como algo atemporal ou inato, buscando compreender os motivos que

levariam a cerveja a se tornar a bebida alcoólica mais consumida no país a partir de meados do século XX. Com efeito, esse contexto se desenvolve por meio de uma intrincada rede de relações, em que sublinhamos a disparidade de forças com que o capital atua na captura e na formação do gosto, sobretudo no que se refere aos mecanismos da indústria cultural, que, por meio da propaganda, a despeito da diferença entres as marcas, sob o fetiche da imagem, se apresentam as cervejas de massa como mais do mesmo.

Tendo em vista esse repertório, voltamo-nos agora ao campo de pesquisa desta tese, o CECB, que, embora se debruce sobre a cerveja, um tema que pode soar para alguns como uma anedota, não nos parece que se trate apenas um lugar de entretenimento, uma vez que o entendemos na perspectiva dos museus de C&T, como problematizamos em uma análise preliminar deste doutoramento, cujos resultados foram publicados na *Alexandria Revista de Educação em Ciência e Tecnologia* (2016).

Assim, nossa pesquisa se justifica na medida em que entende a necessidade de um olhar acurado sobre os museus de C&T, apontando possíveis tendências de estratégias que acionam o *logos* da ciência positivista, associadas ao capital, na elaboração de discursos sobre a C&T, com propósitos que nos parecem relevantes de serem problematizados na Educação em Ciências e que sugerimos serem potencialmente distintos dos discursos comumente produzidos pelos tradicionais museus de C&T, ainda que o CECB guarde diversas semelhanças com esses, o que nos leva a considerá-lo como parte desse universo.

Segundo Valente (2009), os museus de C&T surgem no Brasil sobretudo a partir da década de 1980, acompanhando o boom museológico mundial, como parte dos esforços de institucionalização da ciência no país, iniciados na década de 1960 sob a influência de instituições científicas de peso, como a Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC) e o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Nesse sentido, poderia soar estranho que o CECB possa ser visto como um museu de C&T, uma vez que grande parte dessas instituições no Brasil adveio de iniciativas públicas e não privadas, como é o caso de nosso campo de pesquisa. Ademais, o tema sobre o qual se debruça, a cerveja, da mesma forma nos parece pouco comum no universo dos museus de C&T. O CECB se volta ao público adulto, maior de 18 anos, não sendo permitida a entrada de menores de idade desacompanhados pelos responsáveis, não recebendo, pelo mesmo motivo, escolas, que comumente fazem parte do público visitante dos tradicionais museus de C&T.

Assim, buscamos responder à pergunta antecipada no título do artigo de Monteiro e Gouvêa: *Centro de Experiência Cervejeira da Bohemia: um museu de ciência e tecnologia?* (2016). Uma vez que consideramos que o CECB se inclui no universo dos museus de C&T, nossa contribuição para Educação em Ciências se apresenta nas análises desta tese, em que buscamos problematizar o conteúdo de uma elaboração discursiva sobre C&T nas salas de exposição a partir do referencial teórico que desenvolvemos ao longo dos capítulos. Por outro lado, nossa contribuição para Educação em Saúde se apresenta na perspectiva da educação sobre drogas, o que, inicialmente, não havíamos pensado, mas que se sobressaiu aos nossos olhos de tal maneira na pesquisa de campo que optamos por realizar uma breve análise da cartilha *Papo em Família: como falar sobre bebidas alcoólicas com menores de 18 anos?*, produzida pela Ambev e distribuída no CECB.

Ainda sobre a natureza dos museus de C&T, é importante sinalizar que o conceito de museu se transforma ao longo do tempo. Desde sua origem, em 1946, o Conselho Internacional de Museus (ICOM) busca encontrar uma definição para museu, que contemple a dimensão desses espaços com diferentes características, que acompanham as mudanças na forma de pensar e de fazer C&T na sociedade. O ICOM se caracteriza como uma organização não governamental que mantém relações formais com a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), onde possui status consultivo junto ao Conselho Econômico e Social da Organização das Nações Unidas (ONU). Enquanto órgão internacional, o consideramos representativo, pois é composto por membros de 136 países que se articulam por meio de comitês nacionais e internacionais, realizando seminários, publicações, formações, programas, entre outras atividades. A definição de museus do ICOM evoluiu sete vezes no registro de seu estatuto, a saber: 1946, 1951, 1961, 1974, 1989, 1995, 2001 e 2007. De acordo com o ICOM (2014), o termo museu remontaria ao grego *mouseion*, que significa templo das musas, de maneira que a forma e as funções dos museus variariam sensivelmente ao longo dos séculos. O vocábulo museu teria se definido, conforme o conhecemos hoje, no século XVIII, a partir da herança da Antiguidade grega associada ao Renascimento ocidental, existindo em diversas civilizações entidades com funções semelhantes ao que atualmente se englobaria na ideia de museu.

De acordo com Valente (2009), os museus de ciências são fruto da herança acumulada de coleções privadas dos séculos XVI e XVII, oriundas dos gabinetes de física e história natural que se destinavam a inventariar e pesquisar o mundo. Para

Gruzman (2012), a formação de coleções mais especializadas nos séculos XVII e XVIII levou a uma nova organização dos objetos no espaço, tornando os museus precursores de tecnologias capazes de promover uma nova concepção de verdade. Aos poucos, as coleções tomariam novas formas de apresentação, pois, se, antes, os objetos se encontravam dispersos e eram integralmente expostos nos gabinetes de curiosidade, depois passaram a distinguir o que seria exposto, os objetos de estudo e de reserva, fazendo desaparecer a disposição aleatória dos séculos anteriores.

Nesse sentido, podemos considerar que os museus de C&T, enquanto instituições modernas, emergem acompanhando o desenvolvimento do *logos* da ciência positivista. Como nos mostra Bensusan (2012), a partir do final do século XIX, o gradativo deslocamento da produção científica e tecnológica dos museus de C&T para os laboratórios diz respeito ao elevado nível de especialização que passa a demandar investimentos capazes de cumprir determinada agenda de pesquisa. Assim, os esforços dos museus de C&T passam a se direcionarem, de forma ainda mais proeminente, para a função de comunicação e divulgação da C&T a um público amplo, conferindo relevo ao caráter educativo que adquire no século XX.

Em uma breve recapitulação sobre a proposta de classificação de museus de ciência de McManus (2009), observamos que a primeira geração, até meados do século XVIII, se caracteriza pela centralidade do objeto, funcionando a exposição como um livro aberto, sobre o qual passa a se imprimir determinada lógica de leitura do mundo, a verdade científica. No século XIX, a segunda geração de museus de ciência cultuaria a indústria como símbolo de poder acumulado nos séculos anteriores, como ícones do progresso e da construção das identidades nacionais, devendo as massas urbanas serem preparadas para atuar como partícipes do mundo máquina moderno. Da primeira para a segunda geração se observa o deslocamento do foco no objeto, e sua historicidade, para apresentação da maneira de se fazer ciência e tecnologia. Se a segunda geração se concentrava nos processos, na terceira geração, situada no século XX, se sobressai a preocupação com a difusão de fenômenos e conceitos científicos e tecnológicos, com ênfase na perspectiva interativa comunicacional. Nesse contexto, surgem os *science centers*, modelo que, incorporado ao universo das instituições museológicas, consolida o caráter educativo e de comunicação com o público, buscando, não raro, alfabetizá-lo cientificamente, como também incentivar carreiras científicas, sobretudo no período da guerra fria.

Concordamos, assim, com Valente, que entende os museus como instituições formadas por especificidades incalculáveis, em que a administração pública ou privada se desdobra em instâncias organizacionais diversas, o que leva a um movimento permanente de renovação do conceito de museu, pois "cada geração interpreta o museu conforme seu contexto e momento histórico, em que os fatores socioeconômicos se manifestam como elementos importantes" (2009: 23). Segundo a autora, a busca por adaptar a definição de museu do ICOM ou de se adaptar a ela, levaria à perda da dimensão que o conceito pode adquirir, devendo-se manter um olhar acurado que admita sem perda a existência de "instituições bastante diferenciadas e abrigadas em definições aproximadas" (2009: 26). Entretanto, para os mais conservadores, uma visão de museu mais ampla poderia incorrer no risco de contemplar instituições com missões não genuinamente museológicas, de modo que "a polêmica em torno da aceitação ou negação de um museu genuíno de um padrão idealizado parece não ter fim" (2009: 33), argumentos que, porém, perdem força:

> No entanto, ela perde força quando confrontada com argumentos de novas iniciativas, que trazem aspectos e guardam semelhanças com o que se costuma considerar a essência do museu, buscando se adaptar ao surgimento de uma nova sociedade e um novo movimento que exige outros argumentos para continuar a dialogar com seu visitante. E que justificam a adoção de novos modelos no campo dos museus. A instalação cada vez mais frequente de unidades museológicas em todos os continentes, das mais diferentes ordens, confirmam os aspectos aqui apontados. As dimensões arraigadas à instituição se fazem sentir em todas essas possibilidades museológicas e que as enquadra na definição de museu (VALENTE, 2009: 33).

Nesse intrincado panorama de definições sobre o que seja museu, em uma análise exploratória preliminar no CECB, buscamos identificar nas salas de exposição pesquisadas (Sala Saga da Cerveja, Sala da Alquimia, Sala da Transformação e Sala dos Ingredientes), os seguintes elementos que consideramos fazer parte do universo dos museus de C&T: i) temas sobre C&T, ii) objetos de C&T (substitutos e autênticos) e iii) estratégias de significação de conceitos, fenômenos e processos de C&T. Assim, as salas contemplaram cada qual os elementos i, ii e iii, ainda que não da mesma forma ou na mesma intensidade. Em seguida, recorremos a uma releitura sobre as três gerações de museus de ciência de McManus, que se baseia na temática e no percurso histórico, a fim de observar as características desses espaços em diferentes contextos sócio-históricos para pensar a natureza do CECB. Logo, descrevemos os motivos pelos quais consideramos que o CECB apresenta características das três gerações de museus de

ciência, como a centralidade em algumas salas de objetos de C&T autênticos, que se fazem parte do patrimônio tangível da C&T, bem como estratégias interativas de toda sorte, inclusive relacionadas ao que é dado ao espetacular, uma das características dos *science centers*.

Bensusan (2012) aponta que tanto os museus quantos os centros de C&T estariam utilizando a interatividade de forma mais expressiva em suas exposições, o que faz com que a diferença entre ambos se torne menos evidente no intuito de melhorar a comunicação com o público. Considerando que o CECB se apresenta nessa perspectiva, como um museu com características híbridas em relação às diferentes gerações de museus de ciência, optamos por adotar o termo Museu e Centro de Ciência e Tecnologia (MCCT) com o intuito de contemplar ambas as perspectivas.

Poderíamos também problematizar o termo "educação em ciências" nos museus de C&T, uma crítica que surge da própria reflexão da educação em ciências nesses espaços. Bensusan, ainda que se volte em sua pesquisa de campo à análise de museus de ciência que poderíamos considerar tradicionais, advindos dos esforços da iniciativa pública, opta por utilizar o termo popularização da ciência, por considerar a distância entre ciência e cultura na sociedade, instâncias que viriam gradativamente se afastando ao longo tempo, pois, ainda que a ciência seja um dos pilares da civilização e da cultura ocidental, por ela significativamente influenciada, não seria mais vista como parte integrante da cultura, ao menos como fora séculos atrás:

> Se retornarmos, porém, às duas culturas de Snow, com um olhar do século XXI perceberemos que nem Shakespeare, nem a Segunda Lei da Termodinâmica, nenhuns desses itens pertencem à cultura geral da nossa sociedade hoje. E seríamos obrigados a nos debruçar sobre novas questões relacionadas ao significado da cultural hoje e o instrumental que possuímos para lidar com a complexidade da experiência contemporânea (2012: 112).

A autora considera que o uso da tecnologia não se traduz em cultura científica, nem mesmo em saber sobre ciência, sendo consumida como o produto de uma ciência mais palpável e ainda problematiza qual seria a função dos museus de C&T no século XX, tendo em vista a busca desses espaços por continuar a dialogar com o público diante de toda sorte tecnologias do mundo contemporâneo. O CECB talvez nos dê algumas pistas sobre esse problema.

No que refere ao conteúdo, observamos certa aproximação do CECB com as exposições universais da segunda geração de museus de ciência no que se refere às feiras da indústria e do comércio de produtos com proeminente atuação da burguesia, o

que buscamos problematizar no CECB a partir do conceito de indústria cultural. Sobre as exposições universais do primeiro período, de 1851 a 1915, Barbuy (1999) descreve que funcionavam como mercados de vendas comerciais sustentados ideologicamente pela ideia de um futuro marcado pelo progresso material da sociedade industrial, com anseios universalistas e pretensões enciclopédicas. Além do comércio de produtos direcionados às massas com apelo publicitário, essas exposições representariam o projeto da burguesia como intermediária do progresso, cujo dogmatismo na crença de uma verdade universal e de um sistema social hegemônico burguês perderia força no século XX. A semelhança com o CECB nos leva a considerar que sua origem enquanto uma instituição privada da indústria cervejeira, que realiza a venda de produtos, bem como se utiliza de uma linguagem de propaganda, não consideraríamos essa especificidade como algo tão surpreendente, uma vez que na segunda geração de museus essas seriam algumas das características das exposições universais.

Assim, tal como entende Bensusan, a sociedade e a ciência se transformam, bem como as relações do museu na sociedade, não isoladas das pressões socioeconômicas ou da exploração de imagens, de modo que a ideia da ciência, enquanto construção de atores humanos, faz com que os museus de ciências passem a serem percebidos, não como meros portadores de mensagens, mas como um texto aberto a interpretações diversas, revelando-se como um espaço de autoria e interpretações. Nesse sentido, tomamos o CECB como campo de pesquisa na perspectiva dos MCCT a fim de contribuir à Educação em Ciências ao analisar o conteúdo da construção de um discurso sobre C&T em suas salas de exposição, sob a hipótese de legitimar o gosto e o *habitus* de consumo por determinada marca de cerveja.

5.1 A ANÁLISE DAS SALAS DE EXPOSIÇÃO DO CECB: QUESTÕES DE PESQUISA

No campo epistemológico, Santos (1987) traça uma retrospectiva do pensamento científico e questiona o quanto caminhamos, já que teríamos avançado pouco, nos movendo ainda sobre as bases do pensamento que se configuram ao longo da era moderna, mais precisamente nos últimos duzentos anos. Assim, diagnostica a complexidade do momento atual, que considera de transição. Viveríamos nos limites de uma crise do paradigma dominante cujas insuficiências estruturais seriam resultado do avanço do conhecimento da ciência, baseada na disjunção entre sujeito e objeto, no

rigor científico e no determinismo positivista. O autor sugere a emergência de um novo paradigma que se daria por meio de uma aproximação das ciências sociais e humanas às ciências naturais.

Apesar das especulações sobre a emergência de um novo paradigma, desde o século XIX, as ciências sociais buscariam de diferentes formas trazer para o estudo da sociedade e da cultura os mesmos procedimentos de elaboração de modelos, observação empírica e testes de hipóteses das ciências naturais, gerando uma pluralidade de escolas e linhas de trabalho em uma interminável discussão sobre métodos, o que não acontece da mesma forma nas ciências naturais. Para Kuhn (2011), a bem-sucedida formação dos paradigmas nas ciências naturais influenciou as ciências sociais e humanas a buscarem se organizar da forma semelhante. O processo de hiperespecialização das disciplinas, como uma condição do avanço do conhecimento, acabaria por levar à perda da visão de conjunto e da capacidade de se conjugarem atitudes múltiplas no mesmo cientista. Assim, Pombo (2005) considera que seria como se tivéssemos, de um lado, cientistas literários, entendidos como portadores de um conhecimento que não se traduz em nada útil e, de outro, os cientistas naturais com resultados úteis, porém considerados analfabetos altamente qualificados.

Uma vez que nos localizamos no campo da Educação em Ciências e Saúde e, portanto, na perspectiva das ciências humanas e sociais, a nossa pesquisa apresenta o desafio de construir as condições para uma análise das linguagens e mediações socioculturais das salas de exposição do CECB na teoria e na prática. Em uma perspectiva qualitativa, portanto, não operacionalizamos números ou variáveis como critérios de validade, o que nos coloca a necessidade de problematizarmos o saber que produzimos, bem como a dimensão da alteridade.

Para Amorim (2004), a alteridade seria uma instância constitutiva própria da produção de conhecimento de modo que o estranhamento diante do objeto revelaria a própria condição da pesquisa, uma vez que no distanciamento e no reconhecimento da diferença entre pesquisador e objeto se daria o espaço capaz de levar à indagação. As relações de alteridade seriam postas em jogo pela diferença, pois “o outro é ao mesmo tempo aquele que quero encontrar e aquele cuja impossibilidade de encontro integra o próprio princípio da pesquisa” (2004: 27). A dimensão da alteridade pode ser entendida, a partir de Santos, no contexto de *Nuestra América* (2006), quando questiona a descoberta colonial nas relações de poder e saber, sendo descobridor aquele que tem mais poder e saber e, assim, a capacidade para declarar o outro como descoberta, pois,

ainda que quem descubra seja também descoberto, "é a desigualdade de poder e saber que transforma a reciprocidade na apropriação do descoberto e toda descoberta em algo imperial" (2006: 181) e completa:

> A descoberta imperial não reconhece a igualdade da diferença e, portanto, a dignidade do que descobre. O Oriente é inimigo, o selvagem é inferior, a natureza, um recurso à mercê dos humanos. Como relação de poder, a descoberta imperial é uma relação desigual e conflitual. É também uma relação dinâmica. Por quanto tempo o lugar de descoberto mantém o estatuto de descoberto? Qual o impacto do descoberto no descobridor? Pode o descoberto descobrir o descobridor? Pode o descobridor descobrir-se? São possíveis e necessárias redescobertas? (2006: 190).

Na perspectiva da alteridade, estar no CECB como alguém que venha de fora, de outra cidade e de uma universidade pública para realizar uma pesquisa de doutorado, poderia suscitar certo estranhamento, uma vez que, diferente dos tradicionais museus de C&T, o CECB não possui um espaço educativo, estando provavelmente menos acostumado em ver-se como campo ou objeto de pesquisa, sendo os monitores organizados por uma empresa privada voltada ao entretenimento. Como entende Amorim (2004), a ambiguidade do termo *hôte*, que significa hóspede em português, se refere em francês tanto ao que é recebido (hóspede) quanto ao que recebe (anfitrião), relação dúbia que contribui para entendermos o cenário no qual, se, por um lado, minha presença nas salas poderia figurar como a de um estrangeiro, sendo o CECB o anfitrião que me recebe, essa relação se inverte quando o CECB passa a ser o campo de minha pesquisa, sobre o qual construo questões enquanto anfitriã, se tornando o CECB hóspede de uma estrangeira pesquisa sobre a qual não possui ingerência.

Sobre a pesquisa qualitativa, Minayo (2008) considera que se constitui como um processo de trabalho complexo que envolve teoria, método, operacionalização e criatividade. As metodologias de pesquisa qualitativa podem ser entendidas como aquelas capazes de incorporar a questão do significado e da intencionalidade como inerentes aos atos, às relações e às estruturas sociais. Segundo Bardin (2011), a análise qualitativa é validada sobretudo por deduções específicas sobre acontecimentos ou variáveis de inferência que podem funcionar sobre um corpus reduzido. Para o autor, seria possível falar em análises do conteúdo, uma vez que não existe uma análise do conteúdo pronta, mas algumas regras de base, devendo a técnica se adequar aos objetivos pretendidos, que variam de acordo com um campo de aplicação vasto: as comunicações.

Uma vez que nossa pesquisa se volta à análise das linguagens e mediações, concordamos com Bardin, no que se refere à necessidade de problematizarmos a ilusão da transparência dos fatos sociais, bem como manter uma postura de vigilância crítica para nos afastarmos da compreensão espontânea:

> É igualmente "tornar-se desconfiado" relativamente aos pressupostos, lutar contra a evidência do saber subjetivo, destruir a intuição em proveito do "construído", rejeitar a tentação da sociologia ingênua, que acredita poder apreender intuitivamente as significações dos protagonistas sociais, mas que somente atinge a projeção da sua própria subjetividade. (2011: 34).

Segundo Moraes (2009), a análise do conteúdo seria uma metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar o conteúdo de documentos e textos variados, conduzida por descrições que contribuam à reinterpretação de mensagens e à compreensão de seus significados em um nível que esteja além de uma leitura comum. A análise do conteúdo teria historicamente oscilado entre o rigor de uma suposta objetividade dos números (quantitativos) e a fecundidade, mormente questionada da subjetividade (qualitativa), sendo essas últimas, cada vez mais valorizadas em virtude da capacidade de atingir níveis de compreensão mais profundos dos fenômenos investigados no contexto social.

A análise do conteúdo seria realizada mediante a interpretação pessoal do pesquisador em relação à percepção dos dados, não devendo ser tomada como uma leitura neutra, uma vez que toda leitura se baseia em uma interpretação que parte da construção de pressupostos teóricos, como a aqui construída. Assim, mediante um objetivo delimitado, se processa a análise dos significados atribuídos às mensagens. Ademais, seria preciso levar em consideração o contexto, que, além do conteúdo explícito, inclui o autor, o destinatário, bem como as formas de codificação e transmissão da mensagem. Na ausência de um setor educativo, consideramos que quem se pronuncia na elaboração discursiva que analisamos se refere, em última instância, à Ambev, motivo pelo qual inicialmente buscamos contextualizar essa empresa no cenário nacional e internacional a fim de pensar as intencionalidades que corroboraram a execução do projeto de surgimento do CECB na cidade de Petrópolis, no Estado do Rio de Janeiro.

Como aponta Franco (2012), o ponto de partida da análise do conteúdo seria a mensagem, que expressa um significado e um sentido que não podem ser considerados

como um ato isolado, tornando-se indispensável observar que a emissão de mensagens está necessariamente articulada com as condições contextuais. Essas dizem respeito à evolução da humanidade, às situações econômicas e socioculturais nas quais os emissores se inserem, estando as mensagens carregadas de componentes cognitivos, afetivos e valorativos historicamente mutáveis. Sobre a polêmica entre conteúdo manifesto *versus* conteúdo latente, considera que o conteúdo manifesto seria aquele explícito, a partir do qual se inicia o processo de análise. O conteúdo latente se refere ao conteúdo oculto das mensagens e de suas entrelinhas, podendo ser decifrado pelos procedimentos de análise.

Assim, nos inspiramos em Bardin, que organiza a análise do conteúdo em torno de três momentos: i) pré-análise, ii) exploração do material, iii) tratamento dos resultados, inferência e interpretação. A pré-análise consiste em operacionalizar e sistematizar as ideias iniciais começando por uma leitura flutuante, na qual se deve atentar para três fatores: escolha dos documentos a serem submetidos à análise, formulação de hipóteses e objetivos, elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final. Uma vez definido o corpus, deve-se retomar ou passar à formulação da hipótese e dos objetivos tendo em vista a finalidade geral da pesquisa. O corpus da pesquisa pode ser entendido como o conjunto de documentos submetidos a processos analíticos, o que implica a realização de escolhas, seleções e regras.

Nesse sentido, para a constituição do corpus, inicialmente realizamos uma leitura panorâmica dos dados advindos da pesquisa de campo que se iniciou em 2015, mas ocorreu sobretudo durante os meses de janeiro, fevereiro e março de 2016, de sexta-feira a domingo. Nesse período, foram realizadas 66 voltas completas pelo tour, que levava em média de uma hora a uma hora e meia, sendo utilizada para registro uma câmera de celular e um caderno de campo para as anotações.

Na constituição do corpus da pesquisa, buscamos contemplar algumas regras descritas por Bardin, a partir das demandas de nossa pesquisa. Sobre a regra da exaustividade, buscamos uma imersão em campo que contemplasse todo o espaço, sendo, em seguida, selecionadas as salas de exposição mediante os objetivos da pesquisa. A regra da homogeneidade trata de assegurar que os resultados sejam obtidos por meio da aplicação da mesma técnica, obedecendo aos mesmos critérios de escolha. A regra da pertinência diz respeito à adequação dos documentos enquanto fonte de informação, que devem corresponder aos objetivos da análise. A análise do conteúdo se apresenta como uma metodologia que possibilita a análise dos textos das salas de

exposição. Embora muitas questões surgissem na pré-análise e na exploração do material de todo o percurso do CECB, buscamos não nos perder em informações férteis para inferências, mas que não respondiam de forma mais direta aos objetivos da análise.

Diante da ausência no CECB de um setor educativo, estando possivelmente menos familiarizado com a presença de pesquisadores em suas exposições, apresentamos nosso interesse de pesquisa a partir de uma carta do programa de pós-graduação dirigida à Cervejaria Bohemia, de modo que fomos prontamente recebidos e a pesquisa autorizada. Como acordado, não deveríamos abordar os visitantes, o que não nos foi negado em nenhum momento, mas, para isso, seria necessário, antes, apresentar um questionário qualquer que fosse a intenção da abordagem. Como as questões da pesquisa foram construídas ao longo da mesma, não tivemos tempo hábil para nos voltarmos ao público, sendo descartada essa possibilidade. Também não recorremos à descrição de casos específicos por entendermos que deveríamos proceder ao termo de livre consentimento para isso.

Assim, trouxemos observações que dissessem respeito ao comportamento padrão ou recorrente entre os visitantes, sobretudo em função de compreender o contexto. Optamos por excluir a realização de entrevistas, uma vez que julgamos suficiente a quantidade de informações extraídas das salas de exposição para constituir um campo fértil de inferências. As metodologias de análise recaíram, portanto, sobre as exposições no que se refere ao conteúdo de textos e imagens, sendo o contato com visitantes e monitores restrito às observações de campo que levassem a uma visão panorâmica do conjunto, contribuindo para compreensão do contexto. Embora tenhamos inicialmente gravado áudios do guiamento, esses foram descartados, uma vez que entendemos a necessidade do termo de livre consentimento dos monitores para que o conteúdo fosse analisado. Assim, trazemos para as análises dados relativos ao contexto como o padrão do percurso empreendido pelo visitante, de modo que excluímos a análise do guiamento, quando ocorria a mediação de monitores.

Para a constituição dos dados da pesquisa, transcrevemos os textos advindos de painéis, aparatos e vídeos, bem como imagens por meio de fotografias de trechos ou aparatos das salas de exposição. Optamos por um recorte das salas a partir das que tratassem de forma mais proeminente de temas relacionados à C&T. Essa escolha que se deu em função de nosso objetivo de se centrar na significação do discurso sobre C&T e por considerarmos serem muitas as informações trazidas pela pré-análise. Buscamos com o recorte temático delimitar o corpus da pesquisa de modo a evitar uma análise

demasiadamente exaustiva e que pudesse nos levar à perda de foco do objeto dessa pesquisa.

A partir do percurso sinalizado por Bardin no que se refere ao desenvolvimento de uma análise, iniciamos por uma leitura flutuante do CECB, formulando hipóteses e objetivos, reconstruídos ao longo da pesquisa, que nortearam a dimensão e direções da análise. Em seguida, a escolha de documentos que constituíram o corpus se deu em função de um recorte a partir das salas de exposição que consideramos abordar de forma mais proeminente temas sobre C&T, entendidas como unidades de significação, o que levou à preparação do material. Para a exploração do material, não utilizamos operações estatísticas, ainda que sinalizemos o reaparecimento de termos recorrentes ao longo das salas. Para a administração das técnicas no corpus, optamos por uma organização dos dados que levasse em consideração a sequência em que se apresentam as salas no percurso, uma vez que entendemos as salas como unidades de um pensamento lógico e dedutivo, que se articula com a compreensão da mensagem do todo. A síntese e seleção dos resultados são apresentadas por meio de inferências e interpretações com fins teóricos que buscamos articular com o referencial desenvolvido ao longo dos capítulos.

Segundo Bardin, devemos delimitar as unidades de análise que se dividem em unidades de registro e unidades de contexto, sendo o tema geralmente utilizado para seleção das unidades de registro. Consideramos que no CECB os temas sobre C&T dizem mais respeito à técnica do que à ciência, sendo dada ênfase aos processos, fenômenos e conceitos, em ordem decrescente. Se o Museu de Artes e Ofícios (MAO), localizado na cidade de Belo Horizonte, aborda as técnicas e os ofícios do Brasil pré-industrial, o CECB se volta às técnicas industriais de produção de cerveja, que, como vimos, apresentam semelhanças com as exposições universais como partícipe do imaginário da máquina enquanto ícone do progresso, a celebração do avanço da tecnologia, a exibição e o comércio de produtos. As unidades de contexto servem como unidade de compreensão para codificar a unidade de registro, funcionando como pano de fundo, cuja dimensão permite compreender o significado. Como discorre Franco, se referem às inferências realizadas a partir dos indicadores dos textos e também das impressões trazidas pela pesquisa de campo. Dessa forma, em nossa pesquisa, as unidades de registro se referem aos textos advindos das salas de exposição (painéis, aparatos, vídeos) e as unidades de contexto às inferências realizadas a partir dos indicadores dos textos e das impressões da pesquisa de campo.

Segundo Bardin, embora não sejam obrigatórios, a maioria dos procedimentos de análise se organizam ao redor da categorização, que pode ser entendida como uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, em seguida, por reagrupamento segundo a analogia, com critérios previamente definidos. Nesse processo, os elementos são isolados e reagrupados, tendo como objetivo fornecer uma representação simplificada dos dados brutos. Nesse sentido, a operação de isolamento e reagrupamento das categorias encontrou limitações em nossa pesquisa, uma vez que optamos por contemplar a análise dos dados mediante a sequência do percurso por entendermos que cada sala corresponde a uma unidade de pensamento que se articula com o todo na construção de dada narrativa.

As categorias de análise partem do campo teórico e se referem ao mito e ao esclarecimento, como elaborados por Adorno e Horkheimer, que entendemos a partir de um movimento de tensão dialética em que o mito comporta o esclarecimento ao passo que o esclarecimento se apresenta como mítico. Nesse sentido, consideramos, para fins de análise, que o esclarecimento se refere a uma versão mais acabada da racionalidade moderna ocidental, profundamente influenciada pela ciência positivista. Já o mito resulta do esclarecimento enquanto uma construção permeada de intencionalidades.

Escolhidas as categorias, se deve proceder a elaboração do objetivo geral, apresentando uma hipótese que pode ser entendida como uma afirmação provisória a qual se propõe verificar: “trata-se de uma suposição cuja origem é a intuição que permanece em suspenso enquanto não for submetida à prova de dados seguros” (BARDIN, 2001: 128). Para a construção da hipótese, partimos do pressuposto de que a indústria da cerveja se utiliza de mecanismos da indústria cultural, de modo que, sendo o CECB entendido como um MCCT que pertence à Ambev, buscamos problematizar mito e esclarecimento a partir das estratégias do *logos* da distinção e da lógica produtivista a fim de analisar a construção de um discurso sobre ciência e tecnologia e sua relação com a formação do gosto e do *habitus* de consumo de cervejas especiais da marca Bohemia.

Nossa hipótese explicativa se refere à construção de uma elaboração discursiva sobre C&T de cunho ideológico, que articula elementos do mito e do esclarecimento na perspectiva do *logos* da distinção e da lógica produtivista a fim de justificar o gosto e o *habitus* de consumo pelas cervejas especiais da marca Bohemia, ocultando contradições socioeconômicas que atuam nessa configuração.

Dessa forma, nosso objetivo geral se refere a analisar nas salas do CECB a construção de um discurso sobre C&T e sua relação com a formação do gosto e do *habitus* de consumo de cervejas especiais da marca Bohemia. Como desdobramento, buscamos delimitar os seguintes objetivos específicos: i) identificar as estratégias de elaboração discursiva sobre C&T e sobre os saberes técnico-científicos; ii) identificar as contradições sócio-históricas nas estratégias de construção de um discurso sobre cerveja e sobre a marca de cerveja Bohemia, iii) analisar a relação entre as estratégias de elaboração discursiva identificadas e a captura e a formação do gosto e do *habitus* de consumo de cervejas especiais da marca Bohemia, bem como apontar suas implicações para a educação em ciências e saúde.

No decorrer da pesquisa, surgiram questões que não puderam ser contempladas pelos dados extraídos dos textos das salas de exposição, particularmente no que refere aos usos da cerveja enquanto droga. Ainda que esse tema não seja tratado nas exposições das salas do CECB, se apresentou como uma inquietação durante a pesquisa de campo. A entrada dos menores de 18 anos só era permitida mediante a assinatura de um termo de consentimento pelos responsáveis, pois durante o tour em dois momentos se realizava uma degustação de cerveja. Ao mesmo tempo em que a degustação acionava a instância da sociabilidade, como a articulada pelo brinde, excluía aqueles que não bebiam e sobretudo aqueles aos quais não era permitida a degustação de cerveja (menores de 18 anos), para os quais a brincadeira parecia, então, terminar. Para contemplar esse fator, ao final da análise das salas, propomos uma discussão sobre algumas questões trazidas a partir da cartilha da Ambev, distribuída aos responsáveis de menores no CECB, de modo a problematizar a perspectiva da educação para autonomia no uso de bebidas alcoólicas, bem como a tensão dos dispositivos médico-legais na elaboração de um discurso sobre o uso do álcool por menores de 18 anos.

5.2 A AMBEV E O CECB: O CONTEXTO DE QUEM SE PRONUNCIA NO DISCURSO

Segundo Moraes (1999), historicamente tem sido levado em consideração na caracterização da análise de comunicações questões como: quem fala, para dizer o quê, a quem, de que modo, com que finalidade e com que resultados. Como não encontramos no CECB um setor educativo, não tivemos acesso àqueles que formularam as exposições, que foram pensadas a partir de curadorias contratadas por empresas

privadas. Dessa forma, tomamos a Ambev como a entidade que, em última instância, se pronuncia no discurso, uma vez que o CECB pertence a ela. Uma vez que a questão sobre “quem fala” diz respeito a investigar quem emite a mensagem, buscamos situar o lugar social que a Ambev ocupa e as intencionalidades que permearam a efetivação desse projeto contribuindo, assim, para a caracterização do contexto no qual o CECB emerge.

De acordo com a Secretaria de Comunicação Social do Governo do Estado do Rio de Janeiro, o empreendimento contou com o apoio do governo estadual e municipal por meio de incentivos fiscais. Desse modo, o complexo tem mais de sete mil m², sendo fruto de um investimento de R$65 milhões, que contou com o apoio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Energia, Indústria e Serviços, por meio de incentivos do Fundo de Desenvolvimento do Estado (Fundes), que contribuiu com uma espécie de empréstimo de R$22 milhões, conforme relatou o secretário da pasta. Em virtude da inauguração do espaço, o presidente da Ambev na época se pronunciou considerando que o projeto iria enriquecer a vida cultural e social da cidade, funcionando também um ponto de atração para turistas nacionais e internacionais. O intuito seria o de fazer do CECB um dos atrativos turísticos mais visitados do Estado do Rio de Janeiro e do país, de modo que o vice-governador do Estado do Rio de Janeiro na época considerou que seria uma dádiva receber esse investimento.

Segundo Resende (2016), em 2011, o volume de vendas da Ambev teria superado 165 milhões de hectolitros de bebidas, com receita líquida de R$27,1 bilhões. Para termos uma ideia da capacidade de produção e de investimentos da empresa, em 2016, a inauguração oficial da unidade de Uberlândia, construída para ser a maior do mundo, teve a presença da presidenta da república, do governador do Estado de Minas Gerais e do prefeito da cidade. A unidade ocupa uma área de 1,3 milhão de m² e recebeu mais de R$770 milhões em investimentos, ou seja, valor bem maior do que aquele destinado ao CECB, que produz um volume de produção modesto em relação às demais unidades.

Em pesquisa sobre o processo de internacionalização das multinacionais brasileiras, Santos (2012a) observa que a Ambev se constitui como uma empresa de capital aberto, sendo líder no mercado latino-americano de cervejas, mantendo operações em 14 países das Américas, incluindo o Brasil, atuando a partir das divisões: América Latina Hispânica, América Latina Sul e América do Norte. O processo de

internacionalização da Ambev teria se iniciado nos anos 2000, realizando, a partir de então, uma série de operações nas Américas do Norte, Central e do Sul.

De acordo com Camargos e Barbosa (2005), em 1999 se deu a controversa criação da Ambev advinda da união entre duas grandes cervejarias (Brahma e Antarctica). Com base na teoria das fusões e aquisições, acreditam que a criação da Ambev resultou de uma aquisição da Antárctica pela Brahma em razão da vulnerabilidade econômico-financeira da primeira, tratando-se de uma fusão doméstica motivada por fatores estratégicos e operacionais, principalmente na busca de sinergias e de crescimento internacional. Essa união teria ocorrido em um momento em que o mercado brasileiro de cerveja começava a dar sinais de estagnação, com uma acirrada concorrência entre empresas rivais. O cenário era o de sobreviver num mercado estagnado e recessivo, com tendência à redução do poder de compra e de consumo somado ao crescente poder de penetração de mercado das marcas independentes, como as de refrigerantes. Por outro lado, buscava se defender de concorrentes estrangeiros e tentar competir no mercado internacional com marcas de lideranças mundiais já consolidadas, tendo a Ambev na época 41 unidades de produção de bebidas no Brasil.

A associação da Ambev com a multinacional Interbrew, que atua nos cinco continentes com um portfólio de mais de 200 marcas de bebidas distribuídas em 120 países, formando a Interbrew Ambev, coloca em relevo a seguinte questão: teria a Ambev sido adquirida por uma empresa internacional ou a ela se fundido?

> A união, se analisada pela ótica da transferência de controle, mostra que o contrato firmado entre as duas foi uma aquisição de uma empresa brasileira por uma estrangeira, pelo fato de o controle da Ambev ter sido transferido para a Stichting Interbrew. Se analisada pela ótica de como foi efetuado o pagamento pelo controle da empresa brasileira, pode-se dizer que foi uma fusão, pois os três principais executivos da Ambev venderam a parte principal desta a uma empresa belga, mas compraram 25% de um conglomerado de atuação mundial, a holding não-operacional que foi criada para gerir as duas empresas. (CAMARGOS e BARBOSA, 2005: 61).

Sobre a polêmica da transação que ocorreu em 2004, Rosa (2016) conta os bastidores e as estratégias utilizadas para que a divulgação do negócio fosse realizada de modo a não contrariar os interesses da negociação, sobretudo em relação à mídia brasileira. Assim, a negociação com a Interbrew seria, a seu ver, juridicamente uma venda, o que poderia soar estranho no cenário nacional, uma vez que a Ambev teria sido criada cinco anos antes sob o slogan de uma cervejaria nacional que conquistaria o mundo. A ideia da venda de uma cervejaria genuinamente nacional ao capitalismo

internacional no recém iniciado governo de Lula, a princípio de esquerda, e que envolvia justamente a cerveja, algo de apelo popular, poderia minar os interesses da negociação se visto como um ataque à soberania brasileira, podendo o governo buscar garantir ao povo que "a cerveja é nossa".

Enfim, Rosa busca mostrar como ocorreu o processo no qual se deveria passar para a imprensa nacional uma imagem de que a Ambev estaria fazendo uma aliança global com a Interbrew, ao passo que na mídia internacional as publicações tratariam a transação como uma venda. Se, por um lado, a Interbrew precisava justificar aos acionistas e ao mercado o chamado prêmio de controle que estava pagando aos donos da Ambev, um valor muito alto, não devendo parecer um mau negócio para que suas ações não despencassem, por outro, no Brasil, se deveria encontrar um modo de dizer que, muito embora formalmente fosse uma venda, na prática não era. Um complicador seria a credibilidade dos noticiários americano e inglês que influenciariam a percepção da imprensa nacional e do público brasileiro. Aqui, seria necessário inventar um nome para a operação, que não poderia ser venda, nem compra, nem fusão, optando-se pelo termo vago aliança global, que aceitava qualquer interpretação.

Em 2008, a então Inbev (Interbrew Ambev) adquiriu a americana Anheuser-Busch vindo a formar a maior cervejaria do mundo a AB Inbev, que, em 2017, negocia a fusão/aquisição da SABMiller, a segunda maior, a fim de formar a AB InBev SABMiller, em uma operação que colocará a megacervejaria entre as 10 maiores companhias de capital aberto do mundo, com quase 400 marcas de cerveja e controle de um terço do mercado mundial. Em 2015, a Ambev adquiriu as microcervejarias como a Cervejaria Wäls e Colorado, o que demonstra o interesse da companhia em expandir sua atuação no segmento de cervejas especiais e diversificar sua produção. Interessante notar que a Bohemia Pilsen, líder no segmento de cervejas *premium*, era produzida inicialmente na unidade Petrópolis, sendo a fábrica adquirida na década de 1960 pela Antarctica, que, ao se tornar Ambev, fez com que a marca de cerveja passasse a ser produzida e distribuída por outras unidades de fábrica localizadas em diferentes regiões do país. Assim, a unidade de Petrópolis passaria a se especializar no segmento de cervejas especiais, produzindo no local atualmente seis marcas criadas a partir da ideia de uma releitura de estilos tradicionais de cervejas, porém com ingredientes nacionais. O aumento do poder aquisitivo das famílias, a melhoria da distribuição de renda e a sofisticação do padrão de consumo seriam alguns fatores explicativos do crescimento do setor de cervejas especiais no Brasil, como apontam Cervieri Júnior et al (2014).

Nesse sentido, é importante situar que consideramos como cervejas de massa aquelas que relacionamos à indústria da cerveja, mais propriamente inseridas na produção em larga escala e que utilizam os mecanismos da indústria cultural, cujo estilo de cerveja pode ser classificado pelo BJCP como s*tandard american Lager.* Essas cervejas se caracterizam pelo pouco ou nenhum aroma de malte, amargor baixo, com pouca presença de lúpulo, cor palha muito clara até amarelo médio, colarinho espumante e raramente persistente, sendo muito límpida, de corpo muito leve devido à alta quantidade de adjuntos como arroz e milho. Os adjuntos se referem aos cereais não maltados que possuem elevado teor de amido, utilizados com o objetivo de aumentar a quantidade de açúcares para o processo de fermentação e baixar o custo da cerveja. Atualmente, são utilizados xaropes (alta maltose), extratos de cereais e açúcares. Essas cervejas correspondem às produzidas em plantas industriais em alta escala de produção, que configuram cerca de 98% do volume total de cervejas produzidas no país.

De acordo com Beltramelli, não seria de se estranhar que, tanto no Brasil como no exterior, seja cada vez mais corriqueiro o consumidor se deparar com dois tipos de cervejas nas prateleiras do supermercado. De um lado, as cervejas vendidas geralmente em fardos de lata, ditas comuns e facilmente identificadas nos comerciais de TV e, de outro, cervejas cujos rótulos o consumidor não estaria tão acostumado, não sendo identificáveis por meio de nenhum marketing que o consumidor possa se lembrar. Como vimos no terceiro capítulo, o investimento em propaganda no mercado de cervejas se apresenta como um diferencial capaz de agregar valor ao produto por meio da marca. É nesse sentido que a definição de um cervejeiro americano sobre cervejas artesanais parece ilustrar a dimensão que a propaganda adquire no contexto das cervejas de massa, uma vez que "se a pessoa que produz a cerveja detém o poder de decidir o que vai fazer, trata-se de uma cerveja artesanal; se a decisão, ao contrário, pertencer ao departamento de marketing ou à pesquisa de mercado, então, efetivamente a cerveja não é artesanal" (BELTRAMELLI, 2012: 45).

Atualmente, ocorre uma discussão em âmbito legislativo em torno da tributação federal que trata da incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), discriminando os tributos sobre as cervejas especiais, o que se refere à Lei 13.097 (BRASIL, 2015). Para a referida lei, as cervejas e chopes especiais seriam aqueles cuja receita detém ao menos 75% de malte de cevada e cuja produção da microcervejaria não ultrapasse 10 milhões de litros/ano. Estabelece, assim, duas faixas de descontos para os produtores de cervejas especiais de modo que se aplicaria 10% para uma produção

anual de até 10 milhões de litros/ano e 20% para uma produção anual de até 5 milhões de litros/ano. Assim, essa definição nos interessa à medida que possibilita pensar as diferenças entre cervejas artesanais e cervejas especiais, de modo que as cervejas artesanais comumente possuem características de qualidade (75% malte), o que permite considerá-las como cervejas especiais. O crescimento do setor de cervejas especiais faz com que grandes indústrias do setor, como a Ambev, passem a produzir cervejas especiais, como na unidade de Petrópolis, que, embora possam parecer artesanais, as cervejas artesanais se caracterizam pela autonomia de quem a produz, não sendo definida mediante a atuação de um setor de marketing, o que ocorre no caso das cervejas da Ambev, motivo pelo qual consideramos serem as cervejas produzidas no CECB cervejas especiais e não cerveja artesanais.

Dessa forma, as cervejas artesanais se aproximam da perspectiva do *homebrew*, que se refere à produção de cerveja em casa, o que revela o aspecto artesanal da cerveja produzida pelos cervejeiros domésticos, entendidos como aqueles que produzem a própria cerveja tendo autonomia para decidir sobre a mesma. Esse movimento teria sido capitaneado por associações de cervejeiros domésticos nos EUA, se desenvolvendo no Brasil a partir da segunda metade de 1990, tomando maior fôlego no século XXI, impulsionado pela criação de associações de cervejeiros artesanais, como a Acerva Carioca, fundada em 2006. Ela seria uma instituição sem fins lucrativos, com o objetivo de reunir pessoas interessadas em produzir cerveja, sendo um espaço de troca de informações, receitas e aprendizado. De acordo com a Associação Brasileira de Microcervejarias (ABRACERVA, 2015), existem hoje no Brasil cerca de 300 microcervejarias, que representam aproximadamente 1% do volume de cervejas produzido no país, de modo que, nos EUA, essa produção chegaria a 8%, representando 15% do faturamento da indústria cervejeira americana, que registrou o número de 3.418 microcervejarias (*craft breweries*) em 2014.

No que se refere às associações civis que atuam no segmento de cervejas especiais, destacamos a Abracerva (2017), uma entidade civil sem fins lucrativos que foi fundada em 2013, cujos membros fazem parte da cadeia produtiva de cervejas especiais, sendo os associados pessoas jurídicas na forma de produtores (microcervejarias) e não produtores (distribuidores, pontos de venda e *brewpub*). No que tange à produção de cervejas artesanais, destacamos a Associação de Cervejeiros Artesanais (ACERVA), que possui representação em algumas unidades da federação – a exemplo da Acerva Carioca, a mais antiga, fundada na cidade do Rio de Janeiro em

2006. De acordo com o estatuto da Acerva Carioca (2017), uma associação sem fins econômicos, a entidade tem como objetivo contribuir para a ampliação da cultura da cerveja artesanal mediante a troca de informações (cursos e palestras) e de benefícios, como a compra conjunta de insumos, não se constituindo os associados, a princípio, como pessoas jurídicas, mas como produtores artesanais de cerveja, como os que produzem cerveja na própria residência.

Atualmente, a polêmica em torno da regulamentação dos tributos sobre as cervejas especiais envolve o pronunciamento de diferentes entidades do setor, como a carta aberta da Abracerva, que aponta distorções na aplicação da referida lei, considerando que, na prática, mais prejudica do que contribui para criação de novas microcervejarias, principalmente aquelas que não possuem a pretensão de se tornarem cervejarias de grande porte. Em uma comparação, a carta descreve que uma única planta industrial operando a todo vapor atingiria uma produção de cerca de 100 milhões de litros anual, o que equivaleria ao volume total produzido por todas as microcervejarias existentes no país. Desse modo, para a elaboração da referida regulamentação, pouco diálogo teria sido realizado com o setor, demonstrando a falta de conhecimento relacionado à ordem de grandeza dos números. A Abracerva considera, assim, que seja necessário estipular faixas de desconto que levem em conta os pequenos volumes de produção das microcervejarias, sugerindo uma tributação para as que produzem até 3 milhões, 1 milhão, 500 mil e 50 mil litros/ano, ou seja, volumes bem abaixo da menor faixa (5 milhões de litro/ano) de tributação prevista pela lei, o que nos leva a pensar na atuação da Ambev sobre os dispositivos jurídicos de regulamentação do setor.

De todo modo, consideramos que a análise do CECB não deve estar deslocada do contexto que leva ao seu surgimento, fazendo parte de um grupo empresarial de grande porte, que movimenta elevado capital e que tem se voltado ao mercado de cervejas especiais. Nesse cenário, se apresentam as estratégias da Ambev em relação ao CECB, que se volta ao segmento de cervejas especiais diante do crescimento do setor, se dirigindo a um público consumidor com maior poder aquisitivo e em busca de sofisticação do padrão de consumo.

No CECB, o percurso se desenvolve a partir da visitação nas salas de livre circulação e nas de mediação guiada por monitores. O espaço é dividido em salas expositivas, de modo que, em algumas salas, a visitação é livre, podendo o visitante aprofundar o conhecimento nos aparatos interativos mediante seu interesse e pelo tempo que julgar necessário. O tempo do percurso completo dura cerca de uma hora a uma

hora e meia, sobretudo a depender do tempo despendido pelos visitantes nas salas de livre circulação. Essas, contam com painéis e com aparatos diversos, que, ao serem tocados (*touch screen*), aprofundam a temática abordada. Em relação aos termos cenografia e museografia, entendemos o primeiro como estratégias de produção de cenário e o segundo como relativo à administração, à salvaguarda e à comunicação (exposição e educação) no museu, o que em uma perspectiva mais ampla inclui a cenografia.

O valor do ingresso no CECB pode ser considerado elevado em relação a outros atrativos da cidade de Petrópolis, como também diante dos valores tradicionais cobrados nos MCCT, ao menos no Brasil, cuja entrada é gratuita ou a preços módicos. O valor do ingresso era de R$27,00 no ano de 2016, incluindo o acesso ao tour no CECB e duas degustações de cerveja, disponibilizando também valores de meia-entrada. Isso que se deve também ao fato de duas degustações de cerveja estarem incluídas no valor do ingresso. Mesmo com um ingresso cujo valor pode ser considerado mais elevado, o empreendimento parece ser um sucesso, como pode ser observado pela avaliação do público no site Tripadvisor (2016), com mais de 6.000 avaliações concentrando-se as opiniões majoritariamente entre excelente e muito bom.

Ao chegar, o visitante se dirige à entrada para identificação e compra do ingresso. Recebe uma pulseira com um código de barras para que registre seus dados em um quiosque, efetuando uma espécie de cadastro. Durante o percurso, alguns aparatos identificam o código e registram as informações geradas ao longo da visita, como fotografias, de modo que ao término do percurso, essas podem ser postadas diretamente nas redes sociais. O espaço utiliza os idiomas português e inglês em suas estratégias de comunicação, havendo guias bilíngues no local, acionados mediante a demanda.

5.3 ANÁLISE DOS DADOS: O DISCURSO DAS SALAS DE EXPOSIÇÃO DO CECB

5.3.1 **Sala saga da cerveja**



Giulia Panno

Algumas pistas sobre o que seja cerveja aparecem na primeira sala intitulada Saga da Cerveja. O termo saga se aproxima da ideia de antigas narrativas, histórias, contos, o que, no espaço, se refere à construção de um discurso através do tempo dando à cerveja o caráter lendário ou heroico. Não seria, porém, uma saga qualquer, mas uma saga da cerveja, que parte de um locutor autorizado a contar a história da cerveja, o que se diferencia, por exemplo, de contar uma história sobre a cerveja, opção que colocaria em relevo a existência de uma construção discursiva marcada e situada em dado contexto.

Nessa primeira sala, o visitante pode se mover livremente na ordem que desejar, ainda que o percurso se baseie em uma perspectiva temporal linear. A sala se organiza em torno de linhas do tempo que dizem respeito a trechos que destacam datas importantes de cada período. Os períodos são representados por meio de uma museografia que divide a sala da seguinte forma: Pré-história, Idade Antiga, Idade Média, Idade Moderna e Idade Contemporânea. Os aparatos se situam em ambos os lados do percurso, dando a impressão de se estar imerso em outros mundos, como diante de uma estátua de Hamurabi ou em uma taverna medieval. A sala possui um ligeiro aclive que valoriza o efeito do piso como se escorresse um líquido de cerveja sob os pés. Em tom amarelo claro se simula um líquido borbulhante que parece lembrar o efeito do gás dióxido de carbono que confere a carbonatação na cerveja. Esse efeito

chama a atenção dos visitantes, em especial das crianças, que comumente tentavam pisar sobre as borbulhas que pareciam estourar em diferentes pontos; uma visão panorâmica da entrada da sala pode ser observada na foto a seguir:



Figura 4. Entrada da Sala Saga da Cerveja
Fonte: acervo de pesquisa da autora

Além do investimento em aparatos interativos, como quiosques multimídia, computadores com telas *touch screen*, que possibilitavam ao visitante aprofundar o conhecimento sobre o tema, sublinhamos a profusão de imagens que recria realidades a partir de objetos substitutos por meio de uma museografia. Vale situar que alguns aparatos apresentavam vídeos que utilizam recurso sonoro, como para contar um mito ou criar um burburinho que se assemelhasse ao de uma taverna medieval. Tendo em vista o recorte que efetuamos em função das salas e trechos que abordassem de forma mais proeminente a cerveja, não abordamos ao final do percurso os trechos que se referem à cerveja no Brasil e no mundo, os estilos de cerveja e a Praça Koblenz. Ainda que nessa sala o trecho da Idade Contemporânea signifique de forma mais proeminente temas sobre C&T, selecionamos o trecho dos romanos (Antiguidade), o das tavernas e o dos brasões medievais, bem como apontamos para algumas questões sobre a Idade Moderna.

5.3.1.1 O mito da difusão da cerveja pelos romanos

No trecho a seguir, sublinhamos a ideia da cerveja enquanto ouro líquido, que aparece duas vezes no painel que introduz a sala:

> Uma viagem pela alquimia do ouro líquido**.** Vamos retroceder 8.000 anos na história da humanidade e conhecer a origem e a evolução da cerveja nas principais civilizações, e como ela influenciou os povos em diversas áreas do conhecimento. Esta história começou com o sopro dourado, uma lenda recheada de magia e inspirada no sopro de uma antiga deusa, que revelou ao mundo o ouro líquido. Através dele você vai percorrer as grandes eras da civilização antiga, medieval, moderna e contemporânea, descobrindo a saga da cerveja paralelamente à evolução humana. Divirta-se! (Grifos da autora, Painel da entrada Sala Saga da Cerveja).

Nota-se que o termo ouro se refere a um material visto socialmente como nobre, relacionado às joias de alto valor, sendo a cerveja tomada como um ouro líquido na narrativa. A história da cerveja teria começado com um sopro dourado de uma antiga deusa, o que aponta para a existência de uma origem envolta em certa dimensão onírica. O trecho se dirige a um você, ou seja, ao visitante, mesmo que ainda não fique claro quem pronuncia o discurso. O termo você se apresenta como um chamado, um convite para que se descubra algo, o que pressupõe a participação ou a interação com o visitante.

Tendo a cerveja origem na Pré-história, a exposição dessa sala aborda os povos da Mesopotâmia (sumérios e babilônicos): "os principais povos da Mesopotâmia, sumérios e babilônios, criaram as duas mais belas lendas que ilustram a história da cerveja no mundo antigo", de modo que "aos sumérios é creditada a descoberta da cerveja. Segundo a lenda, surgiu com o sopro mágico, uma dádiva da deusa Ninkasi, que transformou uma simples mistura de água e cevada no líquido dourado de sabor agradável". Podemos sinalizar que tanto aqui como ao longo do percurso, nos textos de outras salas, são retomados termos como sopro mágico, dádiva da deusa, líquido dourado, o que diz respeito à intenção de dar à cerveja uma dimensão valorativa de origem histórica emoldurada pela magia, o que contribui para pensar que os usos das bebidas alcoólicas fazem parte da cultura desde épocas remotas.

A passagem da Antiguidade para a Idade Média parece ter sido feita por meio dos romanos, de modo que os romanos, tendo herdado o conhecimento cervejeiro dos egípcios, teriam se tornado difusores da cerveja, como na narrativa contada na sala:

> Conquistadores e desbravadores do mundo antigo, os romanos herdaram o conhecimento cervejeiro dos egípcios, e a partir daí tornaram-se os responsáveis por sua difusão. Da mesma forma que levaram a bebida aos novos territórios conquistados, também trariam ao conhecimento de Roma as novas fórmulas e receitas aprendidas com outros povos. (Grifos da autora, Painel do trecho dos romanos, Sala Saga da Cerveja).

No segundo capítulo, vimos que o resultado do choque entre culturas, envolvendo os romanos e os povos germânicos, foi a vitória desses últimos, ocorrendo uma intrincada rede de relações e de trocas culturais, materiais e simbólicas, entre estilos de vida (agricultura x sistema agropastoril), regimes alimentares (vinho/azeite/pão x cerveja/carne) e usos etílicos (uso temperante x intemperante), que despertariam nos povos dominados, os romanos, uma visão renovada sobre a cerveja. Segundo Montanari (2015), o vinho continuaria por toda a Idade Média sendo a bebida mais apreciada, fosse para o uso comum ou o de luxo, a depender da qualidade e do lugar social. A cerveja, somente com o tempo, deixaria de ser um líquido denso para se tornar um líquido transparente e aromatizado pelo lúpulo, ascendendo aos poucos em prestígio social.

Para Fernandes, os povos da Europa Antiga (central e nórdica) utilizavam a fermentação do hidromel, de frutas e de cereais dando origem à produção de bebidas e a usos envoltos em uma dimensão mítica. As bebidas se sobreporiam a outras substâncias, como as fumadas, o que ficaria conhecido como complexo das bebidas. Assim, enquanto os nórdicos realizavam o *Sumel*, os celtas realizavam banquetes etílicos cerimoniais chamados *Trinkfest*, nos quais se servia cerveja de cevada (*zythus*) e o hidromel (*meddyglyn*). Os irlandeses cultuavam *Gobniu*, que utilizava um caldeirão mágico para produzir cerveja, servida nas festas para afastar os maus espíritos. A mesma capacidade enteógena dada às bebidas como veículo de integração dos humanos com as divindades, bem como seus atributos – coragem, sabedoria, clarividência –, poderia ser observada entre os povos de raízes indo-europeias, como no mito celta de *Gwion Bach*. Segundo o mito, Cerridwen, deusa celta dos cereais, teria destinado ao velho cego *Mora* e a *Gwion Bach*, o processo de fermentação da cerveja mágica que levaria um ano e um dia para ser feita, sendo destinada a seu filho taciturno, pois queria reanimá-lo. No entanto, no último dia, *Gwion Bach* teria ingerido a cerveja por meio de algumas gotas que caíram em seu braço, automaticamente lambendo-o. A saga se desenvolve a partir da perseguição da deusa a *Gwion Bach*, que se transforma em vários animais para escapar de sua fúria, até se tornar um grão de trigo, quando a deusa se disfarça de galinha e come o grão ficando grávida do mesmo. De tão belo, ao nascer não poderia matá-lo se tornando *Taliesin*, o poeta mais famoso e sábio de seu tempo. No que diz respeito aos celtas, teriam interagido com os gregos e com os romanos aceitando com entusiasmo o forte vinho mediterrânico em substituição ao fraco *zythus* e ao hidromel, esse último etilicamente potente, mas sazonal e de difícil obtenção. Assim, no

choque entre culturas, a cerveja seria a bebida símbolo da cultura germânica, fazendo parte dos rituais pagãos que marcavam oposição à sacralidade cristã do vinho, cujo consumo se estendia a todo continente europeu, principalmente, à Europa cristã.

Assim, consideramos que os romanos não ficariam historicamente conhecidos como os difusores da cerveja na Europa, uma vez que era produzida e cultuada, sobretudo pelos povos da Europa nórdica e central, dando origem a uma miríade de mitos, como ocorrera em outras vertentes de raiz indo-europeias, como o próprio mito grego de Dioniso. Ainda que os romanos sejam conhecidos sobretudo pela difusão do vinho associado ao cristianismo e à tríade romana, nesta sala, que aqui abordamos, os romanos são apresentados como os difusores da cerveja. Em um aparato oval situado na parte superior da imagem a seguir, o vídeo apresentado tem como imagem de fundo um mapa da Europa antiga, onde se simula o percurso de conquista dos romanos, que parte de Roma com o ouro líquido, que vai pingando em diferentes pontos do mapa e se referem às regiões conquistadas pelos romanos:



Figura 5. Os Romanos
Fonte: acervo de pesquisa da autora

Assim, a associação da cerveja aos romanos parece revelar certa angústia, que diz respeito à comparação entre vinho e cerveja, de modo que no quiosque do trecho dos romanos, que pode ser observado na parte inferior da Figura 2, destacamos uma comparação entre cerveja e vinho sob o título “cerveja, uma bebida popular”:

> Os romanos são grandes aprendizes dos egípcios no preparo de cerveja. Encantados pela diversidade de cereais que podem adicionar ao preparo, diferente do vinho que necessita de muitos cuidados, os romanos aderem à cerveja e a tornam uma bebida de muita popularidade. (Texto do quiosque, trecho dos romanos, Sala Saga da Cerveja).

Seria prudente, então, relativizar a popularidade da cerveja na cultura romana, ainda que ao final do choque entre culturas, os povos que saíram vencedores do conflito, com todo o seu estilo de vida, promoveram uma visão renovada da cerveja nas regiões de domínio romano. Como observa Flandrin (2015a,), a cerveja poderia ser extremamente rara nos países das vinhas, como o vinho era nos países sem vinha, mas nem por isso a cerveja se tornaria uma bebida mais procurada e valorizada do que o vinho, comumente visto como uma bebida superior à cerveja em toda parte. No que se refere ao trecho selecionado, os romanos ficaram encantados pela diversidade de cereais para a produção de cerveja, aderindo àquela que se tornaria uma bebida de muito popularidade, sendo que a sua produção é diferente da do vinho que necessita de muitos cuidados.

Nesse sentido, Bamforth se debruça em uma comparação histórica, tecnológica e social entre cerveja e vinho, buscando entender o lugar social de destaque dado ao vinho, comumente associado ao glamour e à existência de um ritual próprio, enquanto a cerveja seria vista de modo geral como uma bebida ordinária e menos nobre. Em relação à matéria-prima, considera que o vinho requer mais cuidados no que refere ao cultivo da uva, quando comparada ao cultivo de grãos, de modo que o próprio conceito de *terroir* seria pouco comum na produção de cereais. Porém, em termos tecnológicos, aos menos nos dias atuais, considera que a produção de cerveja exige mais cuidados do que a do vinho, envolvendo a interação de diferentes ingredientes e a maior variação de controle de temperatura ao longo processo. Ainda que a produção da uva envolva custos mais elevados de cultivo, o autor não acredita que o valor da matéria-prima por si só justifique o status dado à bebida na sociedade, de modo que em termos organolépticos, a cerveja seria tão ou mais complexa do que o vinho:

> E não é porque o vinho tem mais intensidade ou complexidade de sabor. Posso servir uma cerveja de alto teor alcoólico e a pessoa detectará exatamente as mesmas sutilezas de aroma que são percebidas no vinho – com aromas de malte e do lúpulo de contrapeso. Não podemos esquecer de que há cerca de dois mil componentes na cerveja e apenas metade disso no vinho. Na verdade, é como tentar comparar chá e café. São bebidas claramente diferentes, mas não tanto assim (BAMFORTH, 2008: 261).

Ainda que não nos detenhamos nessa polêmica, podemos imaginar que na Idade Média as técnicas de produção de bebidas não se distinguiam tanto umas das outras, de modo que o cultivo da vinha poderia requerer técnicas como a poda, que demanda

cuidados e saberes mais específicos, sobretudo nas regiões para as quais se expande a videira, devendo se utilizar estratégias de cultivo para que se adaptasse ao *terroir* de cada região. Assim, observamos a existência de uma relação entre saber/sabor na constituição do gosto pelo vinho, ainda que outros aspectos provavelmente incidissem para que o vinho em sentido físico-material e sócio-histórico fosse considerado uma bebida superior às demais pelo acionamento do imaginário do que venha de fora, do vinho enquanto signo da civilização greco-romana, que no choque entre culturas tencionava a alteridade, a diferença inscrita no *logos* da distinção.

Apesar disso, no trecho, a cerveja seria a bebida difundida pelos romanos na Europa, o que se revela, portanto, como um mito na construção discursiva. Nesse sentido, a construção de um discurso sobre a cerveja associada aos romanos, tidos como povos conquistadores, colocaria a cerveja ao lado dos difusores do vinho, potencialmente atuando em sentido contrário ao imaginário social, no qual ocuparia a cerveja um lugar valorativo secundário em relação ao vinho, inversão que nos remete às propagandas adotadas pela Marlboro na década de 1950. Segundo Fontanelle (2013), os cigarros de filtro eram considerados afeminados nos EUA, de modo que a marca Marlboro buscaria transmitir em suas propagandas uma imagem contrária a esse imaginário, optando por um tipo masculinizado de homem, um cowboy, que se tornou o herói bronzeado, valente e solitário em meio a uma imagem do país no esplendor de suas possibilidades.

Assim, a construção discursiva desse trecho se apresenta como mítica ao significar os romanos como difusores da cerveja na Europa, o que além de se apresentar como uma apropriação histórica questionável, leva ao apagamento dos usos da cerveja associada aos povos da Europa nórdica e central, conhecidos, não raro, pelos usos intemperantes, como os povos germânicos. A cerveja estaria, assim, associada a povos conhecidos como conquistadores, herdeiros da cultura helênica, símbolo de civilização, o que incorre no apagamento do lugar que a cerveja teria entre os povos para os quais possuía de fato um sentido físico-material e sócio-histórico central na cultura e que deram origem a uma miríade de mitos tão profícuos como aqueles que se originariam nas civilizações mediterrâneas a partir da vinha. Dessa forma, o discurso esclarecido se antecipa à angústia de a cerveja ser considera socialmente uma bebida superior ao vinho, o que consideramos um mito, sobre o qual se constrói outro mito, o de que os romanos seriam os povos difusores da cerveja na Europa, o que se revela como estratégia de apropriação histórica permeada de contradições.

5.3.1.2 A experiência do lugar e a diversão: o mito dos brasões nas tavernas

Um dos quiosques do período da Idade Média se destina aos santos cervejeiros, dando ao visitante a possibilidade de acessar informações referentes às datas de celebração dos santos e sua relação com a cerveja. A imagem do monge é associada a um alquimista, um estudioso que realiza pesquisas, sendo, portanto, portador de determinado conhecimento. O quiosque intitulado "Livro do conhecimento cervejeiro" inicia com a seguinte frase: "eu sou um monge, um estudioso, um alquimista, um profundo conhecedor da arte cervejeira. Escrevo estas páginas para deixar às futuras gerações o conhecimento cervejeiro que reuni através de anos de pesquisa". Assim, a cerveja adentraria nos mosteiros medievais passando a ser produzida mediante um conhecimento mais acurado, como nesse trecho do painel: "na Idade Média, o conhecimento da escrita, de domínio quase exclusivo dos monges, dá aos mosteiros o monopólio da produção cervejeira. Dentro desse ambiente de disciplina e perfeição, a cerveja é produzida conforme a alquimia dos cervejeiros da época". Nesse sentido, sinalizamos a estratégia de valorização do conhecimento sobre a produção da cerveja enquanto o *logos* de dada racionalidade, que se sobreporia aos mitos apresentados anteriormente, conferindo à produção de cerveja um lugar de distinção pelo domínio de determinado saber, o que aprofundamos na Sala do Mestre Cervejeiro.

É preciso lembrar, como entende Vargas (2001), que a Idade Média seria um período marcado pela alternância entre abundância e penúria, entre o jejum e o comer e beber em demasia. Seria na praça pública, nas feiras e no carnaval que se manifestariam expressões populares como as que deram origem ao grotesco e à arte cômica. A partir do banquete na obra de Rabelais, Bakhtin observa que se daria uma espécie de abertura do corpo ao mundo, quando outra vida seria possível, diferente daquela marcada pela miséria e pelos interditos da vida oficial. A praça pública seria o ponto de convergência de tudo que não fosse oficial, espaço em que se gozava de certo direito de exterioridade no mundo da ordem. As festas coincidiam com as feiras, que duravam alguns dias, como na cidade de Lyon, que ocorriam durante 15 dias, quatro vezes ao ano. A vida da feira era uma vida de carnaval, o ambiente carnavalesco reinava nessas ocasiões durante a Idade média e, ainda, no Renascimento. O banquete aqui não se refere à alimentação cotidiana, que faz parte da vida dos indivíduos isolados, mas de uma investida de caráter universal que apresenta a tendência à abundância, o que marca as representações

hiperbólicas do comer e do beber, sendo o cômico indispensável a fazer parte do regozijo popular. Assim, “na absorção de alimentos, as fronteiras entre o corpo e o mundo são ultrapassadas num sentido favorável ao corpo, que cresce às suas expensas” (BAKTHIN, 2013: 247). Em um contexto de penúria, o banquete aparece como um triunfo vitorioso, pois tristeza e comida não seriam compatíveis no banquete, sua ocorrência é a celebração da vitória, o triunfo da vida sobre a morte, em que o corpo vitorioso é capaz de se renovar.

A taverna na Idade Média, embora portasse certa hospitalidade pura quando comparada por exemplo às *publics houses* da era vitoriana, se refere a um espaço privado diferente da praça pública, opção que coloca em relevo a existência de uma relação comercial da cerveja no contexto de um mercado consumidor, de modo que no aparato da imagem a seguir: “é nas tavernas e na vida cotidiana que a cerveja encontra o seu grande mercado consumidor, sempre como o líquido que alegrava e brindava as celebrações da idade medieval”.

Assim, ao passo que o visitante se aproximava da cenografia da taverna, seria possível ouvir um som que dava a impressão de um burburinho, como se houvesse pessoas falando e bebendo, trecho que apresenta o aparato dos brasões medievais:



Figura 6. Trecho das tavernas e dos brasões medievais
Fonte: acervo de pesquisa da autora

A interação com o aparato era possível a partir do toque do visitante na tela da mesa que gerava uma imagem reproduzida na tela da parede, sendo o cenário composto por objetos como tochas, panelas e canecos, uma cenografia que buscava remeter a uma taverna medieval. Como descreve o aparato dos brasões medievais, as tavernas criavam seus brasões a fim de serem identificadas às cervejas vendidas no local: “Na Idade Média, os cavaleiros usavam os brasões para serem identificados com rapidez pelos

seus companheiros. Após o final das guerras, os brasões ganharam um significado mais simbólico: indicar nobreza e a qual nível da corte pertencia".

A nobreza dos brasões medievais associada às tavernas se refere a uma contradição, uma vez que as tavernas eram desde a origem romana (*tabernae* e *propinae*) espaços públicos frequentados pela plebe, onde era possível comer e beber, recuperando o acesso aos valores dos quais se era excluído, como o convívio dos banquetes da elite romana. Segundo Montanari (2015), o termo *tabernae* pode ser entendido como uma loja de bebidas onde também é possível se alimentar, ao passo que *popinae* estaria associado à ideia de taberna ou bodega, onde são servidas refeições acompanhadas de bebidas, sendo alimentos comumente cozidos em grandes caldeirões que forneciam comida quente. Grande parte das informações que se dispõe sobre esses lugares provém de textos de autores das classes superiores, de textos nos quais as tavernas das cidades medievais eram vistas como locais mal afamados, sendo esnobados como espaços sebosos e enfumaçados, onde se poderia encontrar comida quente, sopas e cozidos. Dessa forma, consideramos que estar em uma taverna medieval não significava possuir uma origem nobre, como se busca significar no aparato dos brasões medievais, o que associamos à elaboração discursiva mítica que busca conferir status de nobreza à cerveja, que se estende ao visitante que pode formar seu próprio brasão no aparato.

Acessando com o toque a tela na mesa da taverna, o visitante poderia, então, escolher entre três formatos de brasões a partir de três maneiras de dividi-lo. Em seguida, a escolha se dá entre três cores que tenham mais a ver com sua personalidade:

> Vermelho (Gules) e Ouro (Or): força militar. Dependendo da situação é capaz de ser muito generoso com todos. Azul (Azure) e Prata (Argent): sincero e adepto da paz. Utiliza a força a serviço da lealdade ao rei e aos companheiros. Verde (Vert) Ouro (Or): generoso, cultiva a esperança e é leal ao amor (Mesa dos brasões medievais, Sala Saga da cerveja).

Ao final, se deveria optar por um animal, que aparece no centro do brasão relacionado a valores, tais como: o leão, muita coragem e força; o dragão, que é muito valente, tem o espírito da defesa sempre presente e o grifo, grande soldado que está sempre vigilante para defender os seus valores. Finalizadas as escolhas, surge na tela um brasão com espaço para que seja inserida uma palavra, que poderíamos prever antecipar a sugestão da inscrição de um nome ou sobrenome, conforme a seguir:



Figura 7. Aparato dos brasões medievais.
Fonte: acervo de pesquisa da autora

Como podemos observar à direita do brasão em "quero essa imagem", o visitante poderia registrar a imagem em sua pulseira a partir do código de barras, de modo que a imagem do brasão formado poderia ser enviada para e-mails e redes sociais. Esse aparato costumava gerar especial interesse dos visitantes, como pais e mães com filhos e filhas que se juntavam para construir o brasão da família. A formação de brasões com atributos busca dar aos visitantes um lugar pretensamente nobre de acordo com sua personalidade. No caso do brasão medieval que formamos acima, se apresentam os seguintes atributos: grande soldado, vigilante, valoroso, sincero, pacífico, leal ao rei e seus companheiros, guerreiro, poder. Sob a perspectiva da indústria cultural, a individualidade seria uma pseudoindividualidade formada em função de demandas do mercado, quando "as particularidades do eu passam a ser mercadorias monopolizadas e socialmente condicionadas, que se fazem passar por algo natural" (ADORNO e HORKHEIMER, 1985: 128).

Ainda a partir do brasão medieval que formamos, podemos observar, no canto superior direito, a identidade visual da marca de cerveja Bohemia inserida em um aparato no contexto da diversão. De acordo com Fontanelle (2013), a construção da imagem da marca se processa em consonância com os valores da época, sendo a diversão um dos elementos que influenciariam a escolha de Ronald do Mcdonalds e todo o universo mitológico do circo. A imagem do palhaço seria escolhida diante de outras opções, tais como a de um cowboy, em um tempo em que o *western* era popular na televisão americana e a de um astronauta, quando se estava no auge da guerra fria.

Assim, as lanchonetes do Mcdonalds buscariam transmitir uma experiência de diversão em concomitância com os contornos da sociedade que se delineava na década de 1960, quando a sociedade americana já seria entendida como a sociedade do entretenimento, do lazer e do espetáculo. A ênfase na diversão seria um valor central da imagem que o Mcdonalds buscava transmitir aos seus consumidores, em função da própria formação dos valores e do modo de vida do consumidor alvo: a família de classe média americana.

O *fun* ocuparia, assim, a televisão, um conteúdo para a ainda confusa ideia de tempo livre, deixado pela redução das jornadas do tempo de trabalho. Do pós-guerra em diante, a propaganda começaria a construir e a contar narrativas associando seus produtos e serviços a mitos sedimentados no imaginário americano, ao mesmo tempo em que a Disneylândia surgia como o modelo por excelência do circo moderno. Nesse sentido, consideramos que o CECB se apresenta na perspectiva da diversão em um contexto de esforços privados, mas também públicos, com interesse em contribuir ao desenvolvimento do turismo na região de Petrópolis, se constituindo atualmente como um importante atrativo turístico da cidade. Assemelharia-se, assim, nas devidas proporções, a outros espaços de entretenimento, como a própria Disney, figurando, quiçá, como um parque de diversão dos adultos, uma vez que se debruça sobre o tema da cerveja, uma droga lícita de uso tolerado, por esse motivo não recebendo menores de 18 anos desacompanhados.

Embora o CECB possa ser percebido pelo público como um museu da cerveja ou, mesmo por nós, como um MCCT, se intitula como Centro de Experiência Cervejeira da Bohemia, o que nos leva a pensar no uso intensivo que o ramo da alimentação faz da experiência do lugar de que nos fala Fontanelle. Segundo a autora, a cafeteria Starbucks buscaria se diferenciar como um espaço que possibilita certa experiência do lugar, o que pode ser notado pela existência de uma mobilha estilizada, iluminação parcial, enfim, um lugar onde é possível tomar café se ouvindo jazz. Destarte, observa que apesar dos esforços na criação de uma experiência do lugar, grande parte das vendas seriam destinadas ao café em copos para a viagem com a utilização de uma tampa que permite a circulação das pessoas com o copo na mão, o que não diferenciaria a experiência do lugar no Starbucks de um *drive-thru* do McDonalds, cuja maior parte das vendas nos EUA ocorre nessa modalidade. Nesse sentido, poderíamos sugerir que a experiência do lugar pode incorrer em mitos, o que buscamos problematizar ao longo das análises em relação à experiência do lugar proporcionada por um centro de experiência cervejeira da marca Bohemia.

A marca na sociedade contemporânea seria uma nova forma de fetiche, de modo que a propaganda passaria a atuar de forma mais sutil, devendo se construir uma imagem da marca capaz de gerar uma percepção de valor que transcenda os próprios produtos. Dessa forma, na formação do brasão com o nome da marca, apontamos que as estratégias desse aparato buscam associar a experiência dos brasões medievais à nobreza, bem como à cerveja e à Cervejaria da marca Bohemia. Nobreza que se estende aos visitantes ao passo que produzem seus próprios brasões, ainda que acionem atributos por meio de uma pseudoindividualidade.

5.3.1.3 A pureza da cerveja europeia e o ocultamento das bebidas nativas

Sobre a Idade Moderna chamamos a atenção ao enfoque dado às grandes navegações, como pode ser observado a seguir na museografia de uma nau, bem como na existência de uma linha do tempo mais arrojada, que traz informações históricas, como o desenvolvimento da máquina a vapor quando, conforme o painel a seguir, "surgem os primeiros indícios de métodos, técnicas e sistemas na produção da cerveja, contribuindo para o início da indústria cervejeira":



Figura 8. Trecho da Idade Moderna.
Fonte: acervo de pesquisa da autora

Entre os marcos da linha do tempo à esquerda da imagem, em 1516 seria "criada a Lei da Pureza, padronizando o processo de fabricação: os únicos ingredientes permitidos para a fabricação da cerveja eram água, cevada e lúpulo". De acordo com Cervieri Júnior et al. (2014), a lei da pureza alemã limitaria os ingredientes utilizados na

fabricação da cerveja (água, lúpulo e malte de cevada), sendo mais tarde incorporados o trigo e a levedura, excluindo o uso de qualquer conservante ou cereal não maltado. Assim, poderíamos supor que atualmente algumas escolas cervejeiras como a americana, conhecida pela inventividade, ao incorporar outros ingredientes como a abóbora, não estaria produzindo cerveja sob a ótica da pureza alemã, raciocínio que pode ser estendido às cervejas variantes ou cervejas especiais da Bohemia, produzidas no CECB, que incorporam outros ingredientes à cerveja como a erva-mate ou a pimenta-rosa.

Segundo Beltramelli, a lei da pureza alemã (*Reinheitsgebot*) surge em um contexto no qual as cidades-estados alemãs buscariam regulamentar a produção de cerveja mediante a difusão do reconhecimento das propriedades bactericidas e de conservação do lúpulo, descobertas pela monja beneditina Hildegarda Von Stein do mosteiro de Bingen. Antes de o lúpulo ser amplamente utilizado na Europa, acreditava-se que o *gruit*, uma mistura de ervas, fosse responsável pela fermentação do mosto cervejeiro, erroneamente chamado de *fermentum*, cuja comercialização era taxada pela Igreja Católica. A *Reinheitsgebot* emerge como parte de uma manobra política das cidades-estados germânicas a fim de passarem a controlar a produção de cerveja, não sendo mais permitida a utilização do *gruit* substituído pelo lúpulo. Assim, a produção da cerveja passaria a ser controlada e sobretudo taxada pelos governos sob o argumento da padronização e da preservação da saúde da população, uma vez que a produção de cervejas poderia incorrer na prática de adulteração das bebidas que, não raro, levava à intoxicação pela adição de outras substâncias, como ervas diversas.

Nesse sentido, notamos a ausência não apenas nessa sala, como ao longo de todo percurso, de referências às bebidas fermentadas produzidas pelos povos do novo mundo, o que pode se dever ao fato de suas bebidas não serem consideradas cervejas, como poderíamos supor a partir da *Reinheitsgebot.* Lima (1997), por exemplo, descreve uma etnobiologia das bebidas fermentadas dos povos pré-colombianos, apontando a existência de uma miríade de ingredientes, técnicas de produção e expressões culturais, como as que deram origem ao *pulque* (agave azul) e ao *pajauaru* (mandioca). Poderíamos supor que o resgate das bebidas dos povos indígenas, como aquelas produzidas a partir do milho, poderia suscitar um olhar renovado em relação às críticas sobre a cerveja de massa, entendida por alguns cervejeiros em sentido pejorativo, como uma cerveja de milho.

Como vimos em Fernandes, a luta contra o cauim e as cauinagens seria a mais difícil tarefa com as qual os missionários jesuítas se depararam, de modo que os maus

costumes fossem, talvez, a verdadeira religião dos índios, ainda que sem altares. A vitória contra as cauinagens seria o triunfo da temperança e do esclarecimento cristão, que representaram o próprio sucesso da catequese no Brasil. Albuquerque (2015) considera que os missionários católicos tiveram consciência de que a coesão das beberagens, bem como seu potencial educativo, seriam obstáculos ao próprio projeto pedagógico de catequização e conversão das almas.

Assim, destacamos o trecho em que "entre os séculos XV e XVII, os europeus exploraram intensamente o globo terrestre em busca de novas rotas de comércio". Aqui, a exploração intensa não parece surtir qualquer tipo de problematização, de modo que "o resultado dessas viagens foi a descoberta de terras além-mar, que marcou o início do período da colonização europeia, difundindo a cerveja para os povos dos novos territórios". A expansão da cerveja parece ser validada a partir do ponto de vista do colonizador, que faria com que a cerveja se difundisse pelo mundo tornando-se uma bebida de apreciação mundial, como se a formação do gosto pela cerveja estivesse tão somente relacionada a fatores intrínsecos à substância, de modo que "essa expansão geográfica, junto com as evoluções científicas, fazem a cerveja navegar pelos bons ventos e difundir-se pelo globo terrestre, tornando-se uma bebida de apreciação mundial".

Nesse sentido, poderíamos indagar se os bons ventos seriam tão bons assim para todos, como para aquelas ou aqueles que fariam parte do comércio triangular, que envolvia a escravização de africanos, os destilados (rum e cachaça) e o açúcar. A utilização da cevada como matéria-prima para que a bebida seja considerada cerveja, no entanto, não parece ser consenso. Abaixo do título, na primeira página do BJCP (2008) se lê: "não inclui hidromel e sidra", o que nos leva a supor que outras bebidas fermentadas como a sidra e o hidromel poderiam ser consideradas cervejas, motivo pelo qual o guia de diretrizes de estilos de cervejas se antecipa ao leitor sinalizando que essas bebidas não constariam no guia. Logo, essas bebidas podem ser entendidas como cervejas.

Esse apagamento pode ser pensado a partir da lógica da classificação social de Santos (2006), uma vez que se constrói uma narrativa sobre a história da cerveja associada a uma herança europeia, sendo as bebidas fermentadas dos povos nativos produzidas como inexistentes dentro dessa lógica. Na mesma perspectiva, na lógica do tempo linear, os povos nativos, bem como suas bebidas, passam a serem vistos como

atrasados, de modo que as grandes navegações tonariam a cerveja uma bebida de apreciação mundial, como se o gosto pela cerveja fosse pretensamente universal.

Dessa forma, consideramos que as inferências realizadas nos levam a observar a existência de uma construção sobre a história da cerveja na Idade Moderna a partir da visão do colonizador, em que as cervejas chegariam ao Brasil trazidas pelos bons ventos do antigo continente, o que não leva em consideração a produção das bebidas fermentadas produzidas pelos povos nativos das Américas, se apresentando como uma elaboração discursiva mítica em uma perspectiva eurocêntrica.

5.3.1.4 A lógica produtivista da C&T e a produção industrial

No texto a seguir, se apresenta de forma mais evidente quem se pronuncia na narrativa da sala, a Cervejaria Bohemia. A cervejaria teria uma história que, pelo seu valor, se deve ser herdeiro e guardião, de modo que o nosso desafio seria o de preservar e ao mesmo tempo evoluir, passando o conhecimento humano às novas gerações. O texto aciona um encadeamento temporal trazendo as inovações desse período como os satélites, o rádio, a televisão e a internet, dando a impressão de que o tesouro do conhecimento humano seria algo universal e naturalmente transmitido às novas gerações. Apesar da evolução, a cerveja guardaria certa tradição milenar, tendo passado, como vimos, do néctar dos deuses à alquimia do Mestre Cervejeiro, até ser apreciada pelos habitantes deste admirável mundo novo, conforme o painel que introduz a Idade Contemporânea:

> Somos herdeiros e guardiões da nossa própria história. Preservar, evoluir e passar às novas gerações o tesouro do conhecimento humano no tempo e espaço é o nosso desafio. A idade contemporânea é um momento de grandes transformações na história humana. O homem lança satélites, vai à lua, explora o universo, se comunica cada vez mais e melhor através do rádio, da televisão e da internet, produzindo mais informações em duas décadas do que todo o conteúdo herdado na sua história. Apesar de toda essa evolução, a cerveja ainda mantém a sua tradição milenar, em que água, cevada, fermento e lúpulo tranformam-se no néctar dos deuses, através da alquimia do Mestre Cervejeiro, para que seja apreciada pelos habitantes deste novo admirável mundo (Painel, Idade Contemporânea, Sala Saga da Cerveja).

Assim, poderíamos problematizar a ideia de um conhecimento humano genérico e universal na produção de cerveja que teria um sentido único em direção ao progresso, pois, como nos lembra Santos (2006), o conhecimento científico e tecnológico não seria neutro e tampouco distribuído equitativamente na sociedade, já que sua distribuição

encontraria limites nas próprias contradições do capitalismo, tendendo seu domínio a servir a determinados grupos.

O trecho da figura 4, a seguir, se refere à pasteurização, às comunicações e à linha do tempo da Idade Contemporânea, respectivamente. Em relação à pasteurização, um aparato projeta imagens que se alternam ilustrando garrafas de cerveja submetidas ao aquecimento (acima de 60° C), sendo, em seguida, resfriadas, conferindo a eliminação de microorganismos existentes no líquido, fazendo com que a cerveja dure por mais tempo. O processo é alternado com a imagem de Louis Pasteur, que aparece ao lado de um microscópio, a quem se atribui a descoberta da técnica de pasteurização no século XIX. A linha do tempo faz referência ainda a inovações como a geladeira, que permitiu o controle de temperatura, o método de secagem do malte e o isolamento das cepas de leveduras. Em relação ao trecho das comunicações, ao centro, o espaço apresenta objetos como o telégrafo, o rádio e o televisor de válvula, como também, tecnologias mais recentes como o notebook e o tablet.



Figura 9. Trecho da Idade Contemporânea
Fonte: acervo de pesquisa da autora

Conforme o texto do trecho das comunicações: “a comunicação deu início à era das marcas de cervejas mais admiradas, pois permitiu que novos conceitos fossem apresentados aos consumidores”. Nesse sentido, Garcia-Arnaiz (2014) analisa a publicidade de cervejas observando a existência de operações de caráter ideológico e simbólico que buscam legitimar o consumo por meio de um processo portador e gerador de significados. A publicidade de cerveja expressaria valores e comportamentos com os quais os consumidores se identifiquem, atuando como um veículo de promoção de produtos, o que nos leva a considerar que a comunicação a qual se refere o painel não se processa de maneira deslocada ou inerte às intencionalidades.

Segundo Fontenelle (2013), no século XX, com os ganhos em produtividade e a explosão dos produtos fabricados em série, surgiria a necessidade de as empresas criarem uma imagem-marca a fim de diferenciarem seus produtos. Logo, a marca se tornaria um diferencial da concorrência em resposta à tensão gerada pela homogeneização da base produtiva, fazendo com que as empresas buscassem, cada vez mais, diversificar seus produtos a partir da construção da imagem da marca. O contexto da concorrência passa, então, a ser marcado pelas tecnologias da informação, determinantes no paradigma pós-fordista para a expansão de mercados. A autora considera que Marx já teria deixado claro que o fetichismo não se refere à forma da mercadoria no que concerne ao produto em si, mas à forma-mercadoria estabelecida através das relações que encerram um valor socialmente determinado pela história cultural da época que assim o formatou. A centralidade que adquirira a marca na sociedade contemporânea levaria à passagem do predomínio do mundo das coisas para o mundo das imagens, como um estágio mais avançado do fetichismo analisado por Marx, de modo que a forma-mercadoria no capitalismo tardio se deslocaria para a forma-imagem. Esse deslocamento parece bastante evidente no contexto da acirrada disputa de mercado entre as marcas de cervejas de massa que destinam significativos investimentos em propaganda, buscando conferir uma diferenciação às cervejas por meio da construção da marca, ainda que na dinâmica da indústria cultural se apresentem as cervejas como mais do mesmo.

Dessa forma, a lógica produtivista da produção industrial de cervejas se insere na perspectiva da indústria cultural que se utiliza de estratégias para a construção da forma-imagem da marca de cerveja Bohemia diante da homogeneização dos meios de produção. Esse contexto nos remete à produção em série representada no trecho observado a seguir, em que um aparato simula uma esteira por onde se movimentam garrafas de cerveja com o rótulo de Bohemia conferindo mobilidade cênica, que comumente chamava a atenção dos visitantes, em especial, das crianças:



Figura 10. Trecho da produção em série.
Fonte: acervo de pesquisa da autora

O quiosque da produção em série aprofunda informações que tratam de temas relacionados à linha de montagem e à relação entre o operário e a máquina no desempenho de funções repetitivas, sendo esse sistema responsável pela revolução fabril no início do século XX. Aborda ainda o sistema de envase e as primeiras tentativas de fechamento da garrafa com arame e cortiça, passando pela criação de maquinários que teriam possibilitado o aumento da escala de produção em relação ao processo manual.

Embora, no Brasil, a concorrência das cervejarias industriais associadas ao investimento de capital e à conversão tecnológica, tenha levado ao gradual desaparecimento das cervejarias manufatureiras, fazendo emergir uma ditadura *Lager*, consideramos a existência de diferentes modos de produção de cerveja, ao menos fora da lógica produtivista, entendida como aquela cuja finalidade e critério de desenvolvimento se baseiam no crescimento econômico. Nesse movimento, outras escalas e técnicas de produção de cerveja, como o modo artesanal e o manufatureiro, na primeira metade do século XX, cujo cenário era influenciado pela percepção salvacionista da C&T, passariam a ser vistas como improdutivas, passando as cervejas barbante e as cervejarias de alta fermentação a figurarem como atrasadas, o que se assenta em uma lógica do tempo linear. Destarte, outros modos de produção de cerveja, como o ressurgimento do movimento das cervejarias artesanais no Brasil, apontam para existência de outras formas de uso do conhecimento científico e tecnológico que envolvem a produção de cerveja, acenando a aproximação entre o indivíduo e o

alimento por ele consumido/produzido, o que nos faz considerar que coexistem diferentes modos de produção de cerveja associados a lógicas e a usos distintos.

Segundo Beltramelli (2012), a hegemonia das grandes cervejarias tornou a cerveja mais barata e menos trabalhosa, uma vez que poderia ser comprada em qualquer esquina. No entanto, a partir da segunda metade de 1990 e, mais recentemente, com a criação de associações de cervejeiros artesanais, a atividade tem se fortalecido. A primeira metade do século XX, porém, consideramos ser marcada pelo salvacionismo da C&T e pelo culto ao progresso científico e tecnológico, que corresponde justamente ao período de expansão das grandes cervejarias no Brasil. O aporte de capital para investimentos em C&T poderia corresponder naquele momento à ideia de progresso, contribuindo, como problematizam Herrera (2003) e Dagnino (2008), a um processo de apropriação acrítica de transferência tecnológica que partiria dos países ditos centrais para os periféricos.

Nesse sentido, Proença (2010) entende que a globalização e a industrialização geraram um distanciamento entre os alimentos e os indivíduos. Essa relação passa a ser mediada pelos rótulos, com informações nutricionais que podem causar estranheza aos consumidores, de modo que, diante do alimento industrializado, pouco perceberíamos a origem do que consumimos. Para Poulain (2013), a industrialização no contexto da globalização levaria a dois processos ambivalentes, de um lado a padronização e homogeneização dos alimentos e, de outro, a sobrevivência e o fortalecimento de movimentos de resistência cultural e identitária. A antiga oposição entre alta gastronomia e alimentos rústicos locais cederia lugar para a dicotomia entre alta gastronomia e gastronomia rústica *versus* alimentação industrializada. Nesse sentido, no caso da cerveja, poderíamos nos valer da mesma relação para pensar as cervejas especiais e artesanais *versus* as cervejas industriais, de modo que as cervejas especiais podem ser produzidas de modo industrial ou artesanal. Para o autor, a industrialização teria contribuído para a perda da identidade dos sujeitos por meio da perda da identidade dos alimentos por eles produzidos/consumidos, passando a se consumir cada vez mais produtos anônimos e desterritorializados.

A industrialização e a conversão tecnológica contribuíram para que as grandes cervejarias tomassem a dianteira do mercado no Brasil, o que diz respeito à emergência de modos de produção relacionados à produção em série significada nessa sala e que teria possibilitado o acesso da cerveja a um maior número de consumidores sem a perda da qualidade, conforme sublinhamos a seguir:

> Com o início da produção em série, o envase foi a etapa produtiva que mais se beneficiou. A criação de maquinários específicos permitiu o aumento na escala de produção bem acima dos obtidos com o processo manual. A produção em série possibilitou o acesso da cerveja a um número maior de consumidores sem perder a qualidade. (Grifo da autora, quiosque da produção em série, Idade Contemporânea, Sala Saga da Cerveja).

Nesse sentido, podemos indagar a ideia de qualidade trazida pelo trecho, uma vez que diz respeito a critérios subjetivos de difícil aferição. Se atualmente as cervejas especiais são tidas como as de melhor qualidade devido à composição dos ingredientes, como a proporção de malte de cevada e a escolha de lúpulos para que se extraiam atributos de perfis sensoriais mais complexos, a cerveja de massa é produzida em escala industrial sendo chamada de cerveja de torcedor em uma clara alusão às estratégias de propaganda. Por outro lado, a cerveja de massa possui qualidade no sentido de ser produzida de forma padronizada, com pouca variação e em larga escala, o que faz com que se reduzam as perdas e o preço final do produto, sendo amplamente distribuída.

De todo modo, o que nos parece necessário sublinhar em relação à significação da produção em série nessa sala se refere à elaboração de um discurso sobre C&T que se apresenta em uma perspectiva linear e determinística. A saga da cerveja chegaria ao desenvolvimento científico e tecnológico na Idade Contemporânea associada às inovações, como as que possibilitaram a conversão tecnológica, sendo a produção industrial tomada como partícipe do progresso como ocorria nas exposições universais. A produção em série que mostra as garrafas de cerveja rotuladas com a marca Bohemia passando enfileiradas por uma esteira seria talvez o ponto auge do desenvolvimento da produção de cerveja apresentado na narrativa da sala, sob o risco de as últimas tecnologias industriais serem percebidas não apenas como as melhores, mas sobretudo como as únicas possíveis, ao menos dentro da lógica produtivista.

Interessante notar que a produção em série de fato, e não somente no aparato, pode ser observada na saída do CECB quando os visitantes passam por um corredor em cuja lateral através de um vidro, se pode observar o trabalho de envase das cervejas produzidas na fábrica, como na imagem a seguir:



Figura 11. Produção de cerveja na fábrica da Bohemia
Fonte: acervo de pesquisa da autora

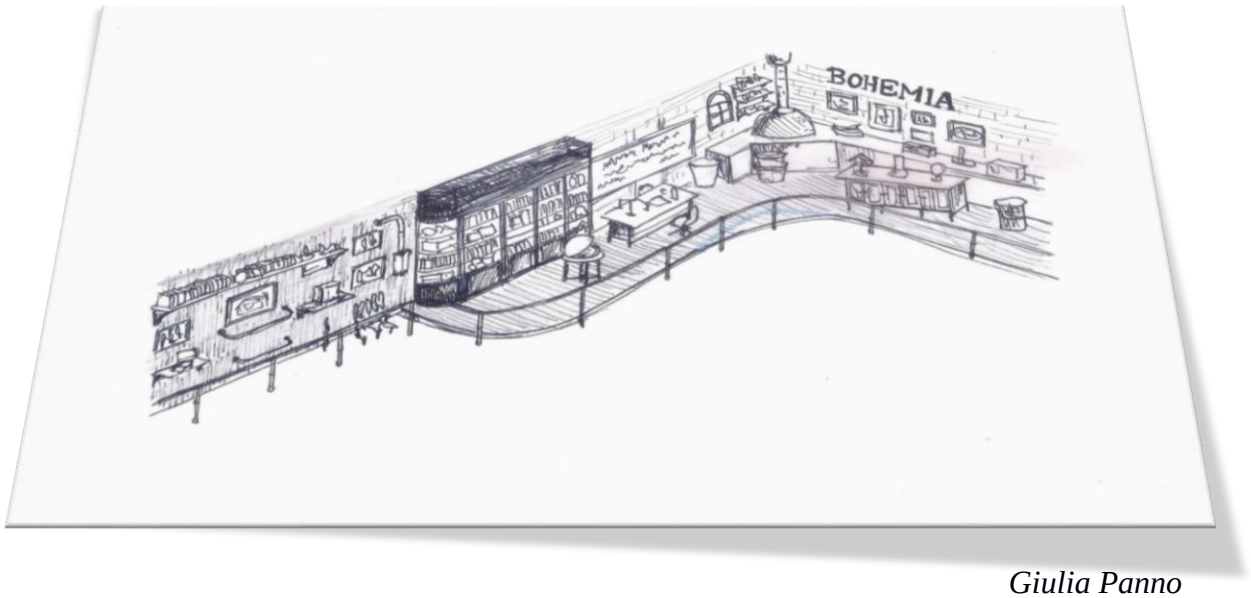
Vestidos com macacões uniformizados, os trabalhadores da fábrica monitoram as garrafas ao longo da esteira em meio ao ruído das máquinas. Eles estão trabalhando na indústria da cerveja Bohemia, enquanto os visitantes estão na indústria cultural da mesma. A diversão para Adorno e Horkheimer seria procurada por aqueles que buscam escapar do processo de trabalho mecanizado, como uma forma de restaurar-se a fim de continuar a enfrentá-lo, submetendo os trabalhadores ao consumo de produtos que reiteram através de conteúdos de fácil assimilação a mesma sequência automatizada de operações padronizadas. Assim, na indústria cultural, a satisfação conferida pela diversão se revelaria como uma promessa rompida, se apresentando a própria reprodução do cotidiano ao qual o indivíduo buscou escapar. Os seres humanos como consumidores genéricos, que representam a média, seriam tão fungíveis como o é o exemplar para a ciência, como o é o trabalhador de um fábrica, absolutamente substituível.

Nos trechos analisados, observamos a elaboração de um discurso mítico, que, na perspectiva da indústria cultural, significa o desenvolvimento da C&T de forma linear e determinística, cuja direção se dá em um sentido único: o do progresso industrial. O *logos* do esclarecimento, assim, oculta e produz como inexistente outras lógicas e escalas de produção de cerveja, como aquelas que a lógica produtivista viria a suplantar ao longo do século XX no Brasil, levando à configuração de uma ditadura *Lager*, profundamente relacionada à propaganda na construção da imagem da marca, em um momento do capitalismo acelerado que desloca a forma-mercadoria para a forma-imagem. Entretanto, o ressurgimento de outros modos e lógicas de produção de cerveja

parece apontar para que a lógica produtivista da escala de produção industrial não é a única possível.

Vale lembrar que, quando a escala operacional se agiganta, o valor de troca se sobrepõe ao valor de uso, de modo que, no caso das grandes cervejarias industriais, a produção passa a ser determinada pelo setor de marketing, o que pode demarcar a fronteira na qual se define o que venha a ser entendida como cerveja artesanal. Ademais, a escala de produção é uma das principais questões levantadas pela Abracerva no que diz respeito à necessidade de estipulação de faixas de desconto sobre os impostos do setor, devendo levar em consideração os pequenos volumes de produção das microcervejarias.

5.3.2 **Sala do mestre cervejeiro**



Giulia Panno

5.3.2.1 Os objetos de C&T e o mito da primeira cervejaria do Brasil

Na imagem a seguir, podemos observar garrafas de cerveja Bohemia apresentadas em uma espécie de linha de tempo na vitrine, como também nas paredes, mostrando como teria evoluído sobretudo o rótulo ao longo das décadas. As garrafas expostas na vitrine e na parede trazem antigos rótulos e edições comemorativas, que se assemelham às garrafas do vinho espumante por utilizar rolha, arame e invólucro no "pescoço":



Figura 12. Entrada da Sala do Mestre Cervejeiro
Fonte: acervo de pesquisa da autora

Nesse espaço, notamos que as garrafas são postas em uma sequência cronológica que funciona como uma linha do tempo, atuando como testemunho de longevidade da marca, como aquela que possui uma história para contar e que resiste à passagem do tempo. Além das garrafas, a vitrine apresenta réplicas de possíveis documentos relacionados à cervejaria, que, embora não sejam originais, mas substitutos, recriados a partir do tempo presente, buscam significar a relação com o tempo passado. Entre os objetos substitutos de documentos, destacamos o que parece ter sido retirado de um antigo jornal, com a descrição química da cerveja Bohemia feita pelo Departamento Nacional de Saúde Pública – Laboratório Bromatológico como se o documento fosse ampliado por uma lupa, um objeto de aferição, conforme a imagem a seguir:



Figura 13. Objeto da exposição
Fonte: acervo de pesquisa da autora

Vale lembrar, como aponta Marques (2014), que, no início do século XX, os resultados produzidos pelo Laboratório Nacional de Análises Químicas sobre o teor alcoólico das bebidas serviriam para que a polícia do Rio de Janeiro reprimisse o consumo de cachaça, de vinho ordinário e de destilados, preservando, no entanto, a cerveja, tida como uma bebida socialmente tolerável, chegando a ser a única bebida permitida em bares e restaurantes nos horários noturnos. A descrição da análise química da cerveja da Cervejaria Bohemia reforça a ideia de que ela faria uso da C&T, como o que pode ser inferido a partir da exposição de objetos de C&T expostos nessa sala. Esses objetos, como na imagem a seguir, podem ser entendidos como objetos semióforos, termo cunhado por Pomian para designar objetos de mediação de ordem existencial, situados entre o visível e o invisível, em outros espaços de tempos e outras faixas de realidade, que perdem o valor de uso e passam a ter a função de significar a passagem do tempo. A seguir, destacamos um trecho da exposição com instrumentos utilizados em laboratórios de química, como os exemplares de balão de fundo chato e proveta:



Figura 14. Objetos de Ciência e Tecnologia.
Fonte: acervo de pesquisa da autora

Notamos que os objetos de C&T são expostos sem legenda, o que gera dúvidas entre os visitantes que, ao interagirem, frequentemente buscavam identificar a função dos mesmos, recorrendo por vezes aos monitores para obter informações. Segundo o ICOM, o museu pode ser entendido como o lugar de musealização de objetos com ênfase na visualização, sendo a exposição uma narrativa explicativa de fatos ausentes. Nos museus, são utilizados suportes, tais como vitrines, molduras e legendas que visam facilitar a interação, uma vez que nem todos os visitantes estão dispostos a fazer perguntas, como nem todos identificam o monitor como uma fonte de informação.

Mesmo que a falta de legendas possa se dar por diferentes motivos, como pelo interesse em acelerar o tempo da visita em um percurso relativamente longo ou, mesmo, em função de conferir mais visibilidade ao vídeo, essa ausência acaba por corroborar a uma apresentação panorâmica dos objetos. Assim, consideramos que a função desses no espaço se apresenta na medida em que contribuam para legitimar a cervejaria Bohemia como aquela que se distingue por estar alinhada desde sua origem ao desenvolvimento científico e tecnológico da produção de cerveja.

Como o nome da própria sala sugere, a construção da imagem do Mestre Cervejeiro se refere à de um profissional detentor de determinado conhecimento técnico-científico que lhe permitiria fazer uso dos objetos presentes na sala. Na imagem a seguir, podemos observar a mesa do mestre sobre a qual se encontram instrumentos de aferição como a lupa, a ampulheta e a balança. Atrás da mesa, se projeta um vídeo em uma espécie de quadro negro, o que remete à ideia de uma sala de aula, ou seja, um espaço da educação formal, socialmente reconhecido como um ambiente de ensino e aprendizagem. Destacamos, ainda, a presença de livros na estante de vidro e nas prateleiras da sala:



Figura 15. Trecho da Sala do Mestre do Mestre Cervejeiro I.
Fonte: acervo de pesquisa da autora

A sala apresenta diversos objetos, mas poucos textos. Se os objetos não são acompanhados de legendas, essas estão presentes nas fotografias, que tratam, de modo geral, de cenas da antiga cervejaria, do trabalho na fábrica e da família Kremer. A seguir, destacamos o texto do painel que apresenta a sala, localizado na entrada dela, que optamos por trazer em duas partes a fim de aprofundar a análise:

> Sala do Mestre. O guardião dos segredos de Bohemia. Conta a lenda que tudo começou com o sopro de uma deusa. Um sopro dourado e iluminado que revelou ao mundo o ouro líquido chamado cerveja. A lenda também diz que os segredos do ouro líquido deveriam ser perpetuados para a história da humanidade e, para isso, surgiram os guardiões, homens que durante os séculos teriam a missão de preservar a tradição, aprimorando fórmulas e transmitindo às futuras gerações toda alquimia do ouro líquido. Esses personagens foram chamados de mestres cervejeiros. (Grifos da autora, painel da Sala do Mestre Cervejeiro I).

Esse trecho retoma as lendas da primeira sala, quando se revelou ao mundo o ouro líquido chamado cerveja. A lenda diz que os "segredos do ouro líquido deveriam ser perpetuados para a história da humanidade", motivo pelo qual surgiriam os guardiões, representado pelo Mestre Cervejeiro, responsável por "preservar a tradição, aprimorando fórmulas e transmitindo às futuras gerações toda alquimia do ouro líquido". E continua:

> Hoje, após milhares de anos, você está na Sala do Mestre Cervejeiro de Bohemia. Aqui você vai encontrar lembranças, anotações e objetos pessoais e de trabalho do guardião da alquimia cervejeira de Bohemia. Cada detalhe desse ambiente carrega uma parte da história de Bohemia, feita pelo esmero, cuidado e requinte do Mestre Cervejeiro. E tudo isso está aberto ao seu conhecimento, afinal você é o herdeiro do ouro líquido e autêntico apreciador de Bohemia. (Grifo da autora, painel da Sala do Mestre Cervejeiro II).

Assim, seria possível "você" (o visitante) encontrar as "lembranças, anotações e objetos pessoais e de trabalho do guardião da alquimia cervejeira de Bohemia". O termo guardião/guardiões, que sublinhamos no texto, aparece três vezes no painel e se refere em um primeiro momento aos mestres cervejeiros de modo mais genérico e, em seguida, ao "guardião da alquimia cervejeira de Bohemia". Segundo Houaiss e Villar, o termo guardião pode ser entendido como "pessoa que por forte afeição, defende aguerridamente algo ou alguém; protetor, conservador, depositário" (2001: 1493). Assim, os segredos do ouro líquido remanescentes do "sopro dourado e iluminado" da deusa deveriam ser perpetuados "para a história da humanidade", motivo pelo qual surgiriam "os guardiões, homens que durante os séculos teriam a missão de preservar a

tradição, aprimorando fórmulas e transmitindo às futuras gerações toda alquimia do ouro líquido". Dessa forma, conclui que "tudo isso está aberto ao seu conhecimento, afinal você é o herdeiro do ouro líquido e autêntico apreciador de Bohemia", o que leva a pensar que o visitante, "você", compartilharia a herança do ouro líquido mediante o consumo, condição para que seja um autêntico apreciador de Bohemia.

Após certo número de visitantes estarem presentes na sala, o monitor aciona um vídeo, que chama a atenção da maioria, ao passo que outros aproveitam para descansar em um banco da sala. Para viabilizar a análise do texto do vídeo, optamos por transcrevê-lo em três partes, começando pela primeira parte a seguir:

> Sejam bem-vindos aprendizes cervejeiros! É um prazer recebê-los na Sala do Mestre Cervejeiro, o guardião da receita de Bohemia, a primeira cerveja do Brasil, que guarda a tradição e o conhecimento cervejeiro. Essa história se confunde com a própria história do Brasil. Em 1922, às vésperas da independência, o futuro imperador Dom Pedro I viajava em direção a Minas Gerais quando passou pela Fazenda do Córrego Seco e foi tomado por um sentimento diferente, ele se encantou com o clima e a exuberante paisagem do local e assim acabou comprando essas terras. Alguns anos mais tarde, seu filho, Dom Pedro II, herdeiro da cora, deu os passos iniciais para a criação da primeira cidade planejada do Brasil, Petrópolis, a terra de Bohemia, a terra onde Bohemia construiu a sua trajetória e há mais de cento e cinquenta anos está presente em nossas vidas. (Grifos da autora, trecho do vídeo da Sala do Mestre Cervejeiro I).

Nesse trecho, o Mestre Cervejeiro se dirige aos visitantes em um movimento de aproximação dando boas-vindas aos aprendizes cervejeiros, o que nos leva a considerar a existência de um conhecimento do qual se possa ser aprendiz, o que corrobora com a projeção do vídeo em um quadro negro, bem como a exposição de livros e de objetos semióforos de C&T. A cidade de Petrópolis seria a "terra de Bohemia", onde a cervejaria teria construído "a sua trajetória e há mais de cento e cinquenta anos está presente em nossas vidas". A presença da cerveja em nossas vidas parece incluir não apenas a cerveja na vida do Mestre Cervejeiro e daqueles que trabalharam ou trabalham no local, como também pode se estender à presença da marca na vida dos visitantes, opção que se efetivaria a partir do consumo.

Tal como no painel, o vídeo apresenta o Mestre Cervejeiro como o "guardião da receita de Bohemia" que seria a "primeira cervejaria do Brasil". Ainda que não se possa precisar qual seria a primeira cervejaria do Brasil, Santos (2004) discorre que provavelmente por volta de 1820, o oficial alemão Carl Seidler teria fabricado cerveja lucrativamente no Rio Grande do Sul, apesar de o primeiro documento sobre a produção

de cerveja no Brasil se referir a um anúncio de cerveja da década seguinte na cidade do Rio de Janeiro: “vende-se cerveja, bebida acolhida favoravelmente e muito procurada. Essa saudável bebida reúne a barateza a um sabor agradável e à propriedade de conservar-se por muito tempo” (2004: 17). Até 1850, existiriam poucas cervejarias no Rio de Janeiro, São Paulo e Rio Grande do Sul, todas artesanais e de pequena produção. Seria mais provável, portanto, que a Cervejaria Bohemia tenha sido uma das primeiras cervejarias do Brasil, o que não permite afirmar que tenha sido a primeira. Entretanto, ser a “primeira cervejaria do Brasil” confere à marca Bohemia o diferencial de uma origem situada, como se Bohemia resistisse à passagem do tempo, sendo que essa frase, encontrada nos rótulos de Bohemia Pilsen, diz respeito ao posicionamento da marca.

Em relação à Bohemia ser “a primeira cervejaria do Brasil”, Beltramelli (2012) sinaliza que, embora a cervejaria Bohemia tenha sido fundada em 1853, foi adquirida por outros proprietários ao longo de mais de uma década até ser comprada em 1961 pela Antarctica, que, no final da década de 1990, junto com a Bhrama, originaria à Ambev. Nesse sentido, apontamos para a existência de certo apagamento da história mais recente da cervejaria como o fato de pertencer à Ambev, que não é citada em nenhum momento do percurso, ainda que sua logomarca figure em uma placa ao lado da de leis de incentivo à cultura, situada no alto de uma parede da área externa, próxima ao bar. Em campo, observarmos que alguns visitantes perguntavam aos monitores se a Bohemia pertencia à Ambev, informação que estava ausente dentre tantas outras que pareciam saltar aos olhos, o que consideramos como a expressão do *logos* esclarecido que busca por meio de uma elaboração mítica dar à marca Bohemia um diferencial capaz de distingui-la das demais, conferindo-lhe o status de uma origem. Assim, sugerimos que esse apagamento se apresenta em função da potencial associação da Ambev com as cervejas de massa, uma vez que suas estratégias no CECB se voltam às cervejas especiais de Bohemia, destinadas a um público que possivelmente enxerga as cervejas de massa como parte de um consumo comum e menos raro, incapaz, portanto, de conferir distinção, o que diz respeito aos esforços que aqui se destinam à construção da imagem da marca de Bohemia.

A ideia de uma origem, como observamos na exposição de objetos de C&T presentes na sala, diria respeito ao acúmulo de certo domínio científico e tecnológico, que remontaria a tempos longínquos. Investe, assim, na construção da imagem do Mestre Cervejeiro como um guardião, alguém que detém um conhecimento acurado sobre a produção de cerveja, que se pronuncia na sala aos aprendizes cervejeiros, o que

pressupõe a existência de conhecimento do qual se possa ser aprendiz. Dessa forma, o *logos* da distinção atuaria aqui não somente sobre a marca Bohemia, se estendendo ao visitante, que compartilharia da mesma trajetória enquanto aprendiz, opção que se efetivaria a partir do consumo. Assim, buscamos, a seguir, problematizar a existência de uma atmosfera de pátina a partir dos dois últimos trechos do vídeo.

5.3.2.2 A autenticidade da marca: os personagens de Bohemia e o efeito de pátina

Almeida e Rocha (2008) utilizam o conceito de pátina de McCracken a fim de analisar os efeitos de pátina presentes nas garrafas, rótulos e propagandas de cinco bebidas alcoólicas: Grant (uísque), Ypióca (cachaça), Dom José (vinho), Frangelico (licor) e da cerveja Bohemia Pilsen. O efeito de pátina não diz respeito à pátina em si, mas a uma propriedade simbólica da cultura material que objetiva autenticar o status da marca. A pátina não seria uma propriedade física dos objetos, mas uma representação dos sinais da passagem do tempo inscrita nos objetos, tratando-se de uma propriedade simbólica que atua com propósitos de distinção. Assim, uma garrafa de vinho do Porto não teria cem anos, mas o efeito da ilusão da pátina que marca a passagem do tempo por meio de desenhos, fotografias, relatos, histórias etc.

Uma das estratégias do efeito de pátina seria vincular a marca ao passado e gerar associações legatórias, criando simbolicamente uma ligação do objeto com o passado e suas origens, evidenciando aspectos relacionados à tradição e à autenticidade da marca. Dessa forma, consideramos que a sala se apresenta por meio de efeitos de pátina como através da cenografia de um tempo passado, recorrendo ainda a uma das características que se refere ao acionamento da história de personagens reais, de um local ou de uma empresa, buscando gerar o interesse e a ligação do consumidor com a marca. Nesse sentido, a história de Bohemia teria sido iniciada por personagens reais como Henrique Kremer, Henrique Leiden e, mais adiante, na outra parte do vídeo, Caroline Kremer e Henrique Kremer Neto, conforme destacamos:

> A história de Bohemia começa com um grande personagem, Henrique Kremer, um profundo amante da arte de desenvolver cervejas artesanais. Essa paixão ganhou vida quando Kremer adquiriu a Imperial Fábrica de Cerveja Nacional de Henrique Leiden, que mais tarde se tornaria a Companhia Cervejaria Bohemia. Estima-se que Leiden, um exímio Mestre Cervejeiro com formação na Europa, chegou a Petrópolis em 1853, data que marca o início da saga de Bohemia. Henrique Kremer dedicou a sua vida a produzir a melhor cerveja do Brasil Imperial, uma história cheia de trabalho e tradição

> cervejeira, rica em detalhes que vocês podem conhecer mais nas fotos e objetos que estão nas paredes dessa sala e que contam e guardam a saga de Bohemia. (Grifos da autora, trecho do vídeo da Sala do Mestre Cervejeiro III).

Os personagens de Bohemia descritos, como Henrique Kremer, que seria "um profundo amante da arte de desenvolver cervejas artesanais", que "dedicou a sua vida a produzir a melhor cerveja do Brasil Imperial", bem como "Leiden, um exímio Mestre Cervejeiro com formação na Europa", que fundaria a Bohemia em 1853, acionam o imaginário de um legado europeu, daquilo que venha de fora, como a herança alemã, em um cenário marcado por uma nobreza imperial relacionada à cidade Petrópolis, uma cidade planejada, que encantou Dom Pedro I, como no trecho anterior.

Nesse sentido, não poderíamos deixar de problematizar a forma como os efeitos de pátina dialogam com a lógica da classificação social, no que se refere à elaboração de um discurso sobre uma história de Bohemia nobre e europeia, branca e abastada, que aciona um sistema de valores que atua por meio de dicotomias, como entre brancos e negros, nobres e ordinários, europeus e brasileiros, cuja ultrapassagem se apresenta como um refúgio ilusório da marca para os Silvas que somos, ou seja, para aqueles que se encontram no lado menos valorativo dessa partilha. Assim, poucos seriam os motivos para resistir à ultrapassagem da dicotomia na indústria cultural mediante da confortável promessa de sucesso da marca. Esses personagens se assemelham aos heróis confeccionados pelo cinema de que nos falam Adorno e Horkheimer, nutrindo a secreta satisfação de se estar dispensado do esforço da individualização por meio de processos de imitação.

Segundo Fontanelle (2013), procuraríamos na marca Bohemia uma representação da nossa própria identidade, solapada pelo capitalismo que avançou de tal modo em um darwinismo de mercado, em que prevaleceriam apenas as marcas mais poderosas, como a Ambev. Assim, o próprio ato de consumir passa a se apresentar sob a aparência de um gesto cultural legitimador na forma de bens simbólicos, de modo que o que se consumiria seriam estilos de vida, sendo a cultura peça fundamental da máquina reprodutiva do capitalismo, quando as próprias coisas, os produtos, passam a se referir à marca para ganhar identidade própria. Talvez por esse motivo, a imagem a seguir, que parece formar uma espécie de painel, seria um dos cenários preferidos pelos visitantes para fazerem fotografias ou *selfs*:



Figura 16. Trecho da Sala do Mestre Cervejeiro II
Fonte: acervo de pesquisa da autora

Poderíamos pensar que o que esse espaço apresenta de atrativo seria o nome da marca, em verdade, não apenas o nome da marca, mas tudo aquilo que, sob o efeito de pátina, busca conferir distinção nas estratégias da indústria cultural. Como podemos observar na imagem, a fotografia em preto e branco de Caroline Kremer se apresenta em destaque ao centro da parede, abaixo do nome da marca, em meio a fotografias da família Kremer e aos objetos semióforos de C&T. Como nos conta a última parte do vídeo, Caroline assumiria a cervejaria, fazendo-a crescer com seu primo esposo:

> Em 1856, Caroline Kremer, neta de Enrique, assume a cervejaria com a mesma determinação de seu avô e, auxiliada por seu primo esposo Henrique Kremer Neto, fazem a Companhia Cervejaria Bohemia crescer. Até hoje, podemos ver no rótulo de Bohemia a imagem de Caroline em homenagem à sua contribuição decisiva nos caminhos da primeira cerveja do Brasil. E, assim, durante os anos, Bohemia foi afirmando a sua qualidade, tornando-se símbolo de tradição e conhecimento, sempre à frente de seu tempo. Uma saga, uma cidade, uma cervejaria… Bohemia. (Grifo da autora, trecho do vídeo da Sala do Mestre Cervejeiro III).

Interessante notar que a imagem de Caroline, uma mulher, à frente de uma cervejaria destoa das mensagens de propaganda de cervejas analisadas por Vaz (2011), quando se debruça sobre dez anúncios de cinco marcas de cervejas produzidas no Brasil, em que observa a existência de discursos estereotipados do feminino, com efeitos apelativos e de exploração da sensualidade, que constrói e reforça determinada identidade masculina. Ainda que não caiba aqui aprofundar as questões de gênero, por fugir à alçada desta tese, podemos brevemente sinalizar que o lugar dado à Caroline a coloca em uma posição de destaque, como uma empreendedora, o que não se processa

de forma espontânea ou deslocada do contexto da indústria cultural. A imagem a seguir se trata de um quadro com a árvore genealógica da família Kremer, acionando efeitos de pátina (letras e moldura) que remetem à ideia de nobreza, como nos brasões medievais, o que pode dizer respeito, ainda, a estratégias de mercado voltadas a um público específico, como o de perfil familiar:

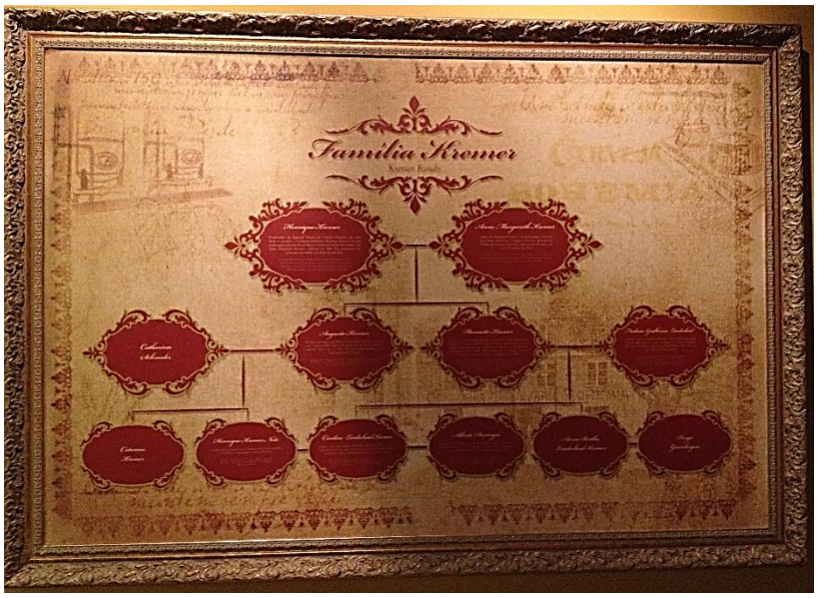


Figura 17. Árvore genealógica da Família Kremer
Fonte: acervo de pesquisa da autora

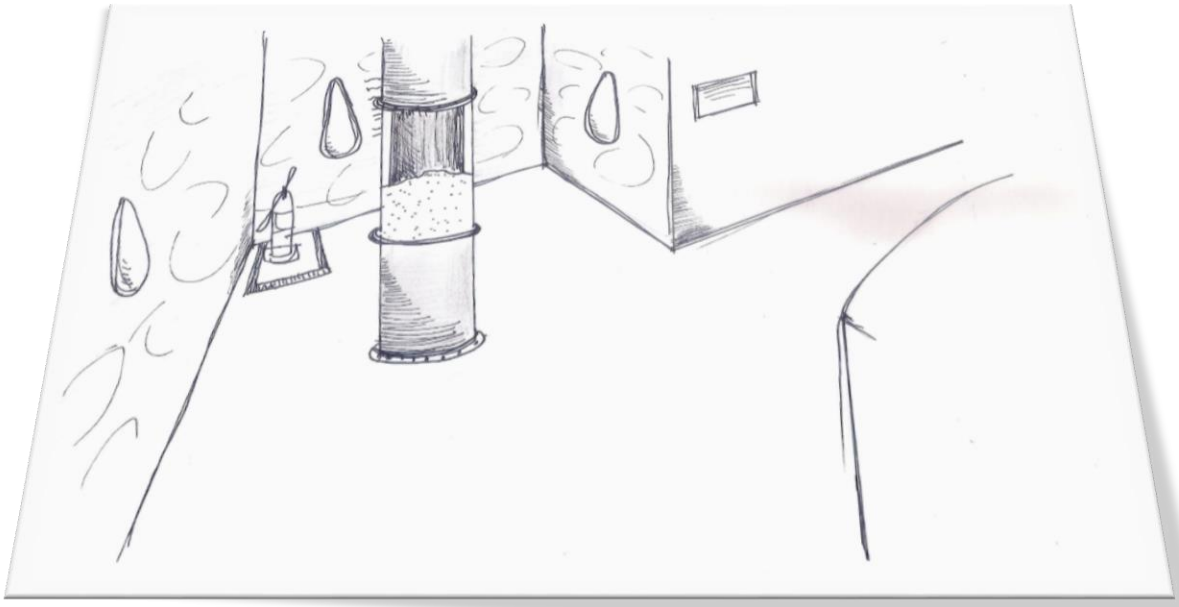
Como mostra a pesquisa de Vargas (2001) sobre os agenciamentos coletivos dos diferentes perfis de usuários de drogas, o uso de bebidas alcoólicas e tabaco estaria mais concentrado nas faixas etárias dos 36 aos 50 anos e dos 26 aos 35 anos, respectivamente. Em relação ao estado civil, em primeiro lugar estariam os casados, seguido pelos separados, desquitados ou divorciados e, por último, solteiros e viúvos. Esse cenário se assemelha ao perfil que observamos no CECB, formado em grande parte por grupos de familiares, compostos por pais e mães com filhos e filhas, não raro, menores de 18 anos, que arriscaríamos dizer ser de classe média com variações para alta e para baixa. Ou seja, o lugar da mulher no CECB seria o de um importante membro da família, o que parece corresponder ao perfil do público consumidor ao qual se pretende atingir, atuando de modo a projetar uma imagem diferenciada da mulher a partir da personagem de Caroline na construção de uma narrativa sobre a história da Cervejaria Bohemia.

De todo modo, para concluir, enfatizamos o movimento temporal cujos efeitos de pátina nos dariam a impressão de que Bohemia estaria sempre à frente de seu tempo, como na última frase que sublinhamos no trecho citado anteriormente. Ainda que o produto cerveja seja recém-fabricado, como descreve o vídeo, em seu rótulo seria

possível observar a imagem de Caroline “em homenagem à sua contribuição decisiva nos caminhos da primeira cerveja do Brasil”. A distinção se apresenta, assim, por meio dos efeitos de pátina a fim de agregar valor à marca Bohemia a partir da construção de uma narrativa mítica sobre a história de uma cervejaria de origem nobre e europeia, cunhada desde tempos longínquos por um domínio científico e tecnológico.

Dessa forma, imerso em um ambiente idealizado onde a vida seria diferente, os mecanismos da indústria cultural apresentam aos visitantes a promessa da fuga da realidade concreta do cotidiano, libertando o indivíduo, como previam Adorno e Horkheimer, do esforço de individualização. Assim, os mecanismos da indústria cultural se utilizam de uma linguagem sedutora que atua na subjetividade, se tornando um elemento de controle sobre os consumidores sob promessa, nem sempre cumprida, da oportunidade de diversão; tendo como objetivo produzir desejos capazes de satisfazer impulsos libidinais encorajando o consumo de produtos, seja pela imitação de comportamentos seja pela identificação com os desejos, que não necessariamente são de cada um, mas padronizados e organizados para um consumo previsto e necessário, como observa Vermelho (2003).

5.3.3 Sala dos ingredientes



Giulia Panno

5.3.3.1 Água: a nomeação dos processos de C&T

Após a Sala do Mestre, o visitante segue para a Sala dos Ingredientes, que, como o próprio nome sugere, aborda os principais ingredientes da cerveja, iniciando com o seguinte painel:

> **Bohemia guarda em sua fórmula o segredo que a tornou autêntica.** Os ingredientes e a alquimia do Mestre Cervejeiro fazem de Bohemia uma cerveja especial. São quatro ingredientes principais: água, malte lúpulo e levedo. Quando misturados nas quantidades certas, temperatura ideal e tempo exato, resultam no líquido precioso de Bohemia, a primeira cerveja do Brasil. A alquimia do Mestre Cervejeiro ao mesmo tempo em que é exata, é também fruto de muita inspiração, harmonizando arte, técnica, magia e estudo para criar uma cerveja *premium* e única, Bohemia Pilsen. A partir dessa obra-prima, o Mestre Cervejeiro de Bohemia, obstinado pela qualidade e movido pela paixão, desenvolveu as suas variantes: Weiss, Escura e Confraria. Cada uma com a sua fórmula, com seus ingredientes, com seu toque especial, mas com a mesma tradição, nobreza e autenticidade de Bohemia. (Grifos da autora, painel da água I, Sala dos Ingredientes).

Apesar de a produção de cervejas em geral se referir ao controle do tempo e da temperatura em diferentes estágios do processo tecnológico para que se estabeleçam as condições necessárias à atuação de enzimas e leveduras, esse processo aqui é tomado como sinônimo da marca Bohemia, pois "quando misturados nas quantidades certas, temperatura ideal e tempo exato, resultam no líquido precioso de Bohemia a primeira cerveja do Brasil". Assim, o trabalho do Mestre Cervejeiro seria "fruto de muita inspiração, harmonizando arte, técnica, magia e estudo" de tal forma que ao consumir Bohemia não se estaria bebendo uma cerveja qualquer, mas uma obra-prima. Como problematiza Fontanelle, a marca ganharia identidade própria, de modo que no fetichismo da mercadoria: "não basta tomar refrigerante, tem que ser Coca-Cola, não basta fumar cigarro, tem que ser Marlboro, não basta comer hambúrguer, tem que ser Mcdonalds" (2013: 285), de modo que poderíamos acrescentar que não basta beber cerveja, tem que ser Bohemia. As cervejas produzidas sob o rótulo de Bohemia são chamadas de variantes, o que reforça a ideia de algo que provém de uma origem que varia, como se preservassem "a mesma tradição, nobreza e autenticidade de Bohemia".

Em relação à água, sublinhamos, a seguir, termos que se referem ao repertório de C&T, sobretudo os relacionados às tecnologias de processamento:

> A água de Bohemia antes de entrar no processo de produção passará por duas etapas: limpeza (transformação em água potável) e equilíbrio dos sais

> (transformação em água cervejeira). Água é o ingrediente essencial de Bohemia. A água captada de fontes naturais. A água passa por dois processos para tornar-se pronta para a produção de cerveja: transformação em água potável e em água cervejeira. Para tornar-se potável, a água deve passar pelas seguintes etapas: cloração, floculação, decantação de matérias sólidas, filtração, hipercloração, e uma segunda filtração, em filtro de carvão, para remover o excesso de cloro. A água potável ainda não é água cervejeira: é necessário equilibrar seus índices de sais (Magnésio e Cálcio). O equilibro dos sais é feito através da adição de carbonatos, agentes que irão capturar o cálcio e o magnésio em excesso, deixando a água ajustada ao padrão exigido para a produção de Bohemia. Essa água é chamada de água cervejeira ou água nobre. (Grifos da autora, painel da água II, Sala dos Ingredientes).

Aqui, podemos observar que a nomeação das etapas do processo não acompanha uma explicação aprofundada, pois poderíamos nos perguntar o que significa hipercloração, o que seria um filtro de carvão, como ocorre o equilíbrio de sais por meio da adição de carbonatos, ou mesmo, o que são carbonatos e como capturam o cálcio e o magnésio. Nesse sentido, consideramos que o acionamento desses termos fornece uma visão panorâmica do processamento se apresentando na medida em que agregue valor de qualidade à marca, devendo a aplicação da técnica resultar em uma água "ajustada ao padrão exigido para a produção de Bohemia". O trecho da água pode ser observado a seguir, em que se investe em uma museografia de aspecto futurista:



Figura 18. Sala dos Ingredientes (água).
Fonte: acervo de pesquisa da autora

O aparato localizado à direita da imagem comumente chamava a atenção dos visitantes, sendo comum certa concentração em frente ao mesmo que apresenta uma espécie de jogo em que o visitante manipula pelo toque a tela a fim de tratar a água que será usada na fabricação de cerveja. Inicialmente, é descrita a ordem correta das etapas

do processo de transformação da água, devendo se indicar, em seguida, com as etapas fora de ordem, a mesma sequência apresentada anteriormente, dada por: cloração, floculação, decantação, filtração, hiper-cloração, filtração de carvão, adição de carbonato, que "absorve o Magnésio e o Cálcio", finalizando com "água nobre, um dos ingredientes de Bohemia". Nesse sentido, consideramos que a elaboração discursiva sobre a água nesse trecho da sala aciona elementos de C&T voltados ao processamento tecnológico na medida em que seja capaz de agregar valor de distinção à marca. Nos chama a atenção que esse trecho não aborde temas ambientais em pauta na sociedade civil como a sustentabilidade e a preservação das fontes hídricas.

5.3.3.2 O gosto do malte importado e a vulgarização da C&T

Segundo Venturini Filho (2010), a cevada é uma gramínea do gênero *hordeum*, cujos grãos em espigas são alinhados em fileiras e envoltos de camadas celulósicas. O painel intitulado Malte se divide em dois, o primeiro trecho discorre sobre o malte e as maltarias, local onde ocorre o processo de malteação do grão, de modo que, transformado em malte, contribui para a formação da cor e do paladar da cerveja, em que sublinhamos a importância dos açúcares nele contido para produção de álcool e gás carbônico (CO2), como no texto do painel que introduz o trecho do malte:

> Os *blends* de malte de Bohemia. Para obter malte, o grão de cevada passa pelo processo de malteação, realizado nas maltarias, antes de chegar à Cervejaria. O malte é fundamental para as características e a qualidade de Bohemia, ele contribui para a formação da cor e do paladar da cerveja. Além disso, os açúcares nele contidos serão transformados em álcool e gás carbônico (CO2). Cada variante da Família Bohemia possui o seu tipo de malte, produzido a partir de diferentes cereais, como trigo e aveia. (Grifo da autora, painel do malte I, Sala dos Ingredientes).

No trecho a seguir se estabelece uma relação entre as cervejas variantes de Bohemia e o tipo de malte utilizado, pois "cada variante da Família Bohemia é produzida com o seu *blend* de malte específico". Aqui, podemos observar o movimento em que a marca ganharia identidade própria, como se a mistura de maltes se devesse tão somente às cervejas de Bohemia, ainda que a escolha da combinação de maltes faça parte do processo de produção de cervejas em geral, de modo que a marca (Bohemia) passa a significar o próprio produto (cerveja). Assim, não seria qualquer cerveja, mas as da Família Bohemia, sendo nomeados os aspectos organolépticos que levariam às

características peculiares a cada variante tais como: espuma consistente, cremosa, generosa, densa, tipo de coloração amarelo ouro, brilhante, turva, dourada, amadeirada e sabor leve, refrescante, encorpado, residual discreto e agradável, como no trecho:

> Cada variante da Família Bohemia é produzida como o seu *blend* de malte específico. Bohemia Pilsen é feita com malte importado, o que lhe confere uma cor amarelo ouro, brilhante e espuma consistente e cremosa. Bohemia Weiss é feita com malte de trigo importado da França; é naturalmente turva, pois não passa pelo processo de filtração. Possui espuma generosa e consistente, sabor leve e é muito refrescante. Bohemia Escura é feita com maltes torrados especiais e importados da Alemanha. Seu sabor sofisticado é moderadamente encorpado, com residual discreto e agradável, lembrando notas de grãos torrados. Bohemia Confraria é feita com a combinação de dois maltes, os de cevada e o de aveia. Tem coloração dourada amadeirada e brilhante e espuma densa. Bohemia Confraria é inspirada na tradição artesanal dos monges da Bélgica (grifo da autora, painel do malte II, Sala dos Ingredientes).

Sublinhamos, no texto citado, as referências feitas aos maltes importados, que remetem ao acionamento do imaginário daquilo que venha de fora, particularmente do que venha de países situados na Europa. Como vimos, o Brasil produz apenas cerca de 30% do malte utilizado na produção de cerveja, importando outros 70%, o que nos leva a considerar que a importação do malte se deve mais a uma condição estrutural do que à preocupação em si com aspectos de qualidade que o malte importado possa conferir. Ademais, o malte utilizado na produção de cervejas no Brasil é importado não somente de países europeus, mas também de países vizinhos como Uruguai e Argentina.

Assim, a significação do malte importado de países europeus visa conferir ao malte utilizado nas cervejas da Família Bohemia o caráter de sofisticação, o que foi apontado por Almeida e Rocha (2008) em relação aos efeitos de pátina presentes nos rótulos de Bohemia Pilsen, no qual os aspectos de autenticidade da marca estariam associados à ideia de receita original. Assim, concluem que por se tratar da representação de evidências da passagem do tempo, o efeito pátina possui valor simbólico essencial para o consumo categorizador, com alto potencial de transferência de significados, se revelando como uma estratégia de distinção. Vale lembrar que de acordo Adorno e Horkheimer: “o conceito do autêntico torna-se transparente na indústria cultural como um equivalente estético de dominação” (1985: 107).

O trecho da imagem a seguir apresenta aparatos em forma de reservatório de grãos que possibilitam ao visitante experimentar grãos maltados de cevada e de trigo,

bem como aveia, o que pode ser considerado uma estratégia de interação que se refere a uma forma rara de apresentação do sensível a partir do estímulo do gosto:



Figura 19. Sala dos Ingredientes (Malte).
Fonte: acervo de pesquisa da autora

Destarte, os visitantes poderiam girar as manivelas situadas na base dos aparatos, que liberava os grãos, o que parecia gerar bastante interesse dos visitantes em prová-los. Segundo o ICOM (2013), a produção e representação do conhecimento nos museus ocorrem através da apresentação sensível, que se distingue da educação textual. Em uma comparação, se, na biblioteca, a documentação se baseia no suporte escrito, requerendo conhecimento da língua e domínio de leitura, "o museu, por sua vez, não reivindica nenhuma dessas aptidões, pois a documentação que apresenta é principalmente sensível, isto é, perceptível pela visão e pela audição e, mais raramente, pelos outros três sentidos – o tato, gosto e o odor" (2013: 56).

O processo de malteação compreende três etapas: maceração (umidificação do grão), germinação e secagem, o que se refere a conceitos relacionados aos carboidratos e à sacarificação do amido. O grão dos cereais possui amido de modo que o processo de malteação tem como objetivo ativar enzimas que facilitarão sua quebra em moléculas menores, enfim, açúcares fermentescíveis utilizados na fermentação. A seguir, podemos observar dois dos três aparatos luminosos embutidos nas paredes que abordam por meio de textos e imagens o que ocorre no grão durante as etapas do processo de malteação:



Figura 20. Sala dos Ingredientes (Malteação).
Fonte: acervo de pesquisa da autora

No trecho a seguir, destacamos a etapa de germinação, que, como entende Venturini Filho (2010), se refere a criar as condições adequadas de temperatura, umidade e oxigênio para que o embrião do grão germine fazendo brotar radículas e ativar enzimas, como as proteases e as amilases, que exercem um importante papel na transformação dos grânulos de amido. No processo de maceração, o grão recebe água até chegar à umidade de 43-45%, sendo utilizados períodos úmidos 3-5h (sensibilidade aquosa) e 15-18h (períodos secos):

> **Maceração.** A maceração é a primeira etapa do processo de malteação. Os grãos de cereais são imersos em água, em tanques especiais e com temperatura controlada para hidratação. **Germinação.** Após o grão ser hidratado ocorre o processo de germinação, ou seja, um pequeno broto nasce no interior do grão. Dessa germinação formam-se as enzimas necessárias para a produção de Bohemia que deixam o grão mais macio, preparando para o processo de moagem na Cervejaria. **Secagem.** Após a semente ter germinado inicia-se a secagem, fazendo que a germinação seja interrompida. Esta secagem é realizada de maneira suave para preservar as enzimas formadas durante a germinação. Além disso, a secagem permite obter colorações e aromas específicos. Agora, os grãos de cevada são considerados malte e estão prontos para serem enviados à Cervejaria Bohemia. (Grifos da autora, texto dos vídeos do processo de malteação, Sala dos Ingredientes).

Terminando a última etapa, "agora, os grãos de cevada são considerados malte e estão prontos para serem enviados à Cervejaria Bohemia", de modo que o nome da marca se apresenta ao final do discurso após esforços de significação de noções sobre o processo de malteação, acionados na medida em que contribuam para a construção da imagem da marca enquanto distinta.

5.3.3.3 Entre o aroma e o amargor do lúpulo: uma questão de gosto

Segundo Venturini Filho (2010), o lúpulo (*humulus lupulus*), é classificado como uma planta trepadeira de difícil cultivo e típica de regiões frias, que possui flores masculinas e femininas, sendo dessas últimas obtidos os grânulos de lupulina que conferem amargor e aroma. O lúpulo é considerado o tempero da cerveja por Beltramelli (2012), sendo apresentado no painel da sala como o espírito de Bohemia, de modo que "produzem as resinas e os óleos essenciais para a produção de Bohemia" como, poderíamos acrescentar, para as cervejas em geral:

> **O lúpulo é o espírito de Bohemia. É ele que confere o amargor e o aroma.** Apenas as flores de lúpulo das plantas femininas são utilizadas, pois somente elas produzem as resinas e os óleos essenciais para a produção de Bohemia. Uma cerveja autêntica como Bohemia é produzida através da combinação de diversas variedades de lúpulos. Os lúpulos são incorporados ao processo de produção conforme as especificações da receita do Mestre Cervejeiro. É durante o processo de fervura que os lúpulos são adicionados, primeiro os lúpulos que conferem o amargor à bebida, e momentos antes do final da fervura são adicionados os lúpulos que contribuem para o aroma (Grifos da autora, painel do lúpulo, Sala dos Ingredientes).

Como sublinhamos no trecho acima, a ideia de autenticidade da cerveja Bohemia seria conferida pela combinação de lúpulos, sendo que a escolha e a combinação desses faz comumente parte do processo de elaboração de cervejas como um todo, assim "cada variante da Família Bohemia é produzida com uma combinação própria de lúpulos". Outro aparato permite que o visitante adicione os lúpulos de aroma e de amargor a fim de obter ao final uma determinada variante. Na imagem da tela, cada uma das linhas se refere ao lúpulo de amargor e de aroma, respectivamente, de modo que existem diferentes tipos de lúpulo, tanto de amargor como de aroma, que produzem diferentes estilos de cerveja, apresentados aqui de forma mais genérica.

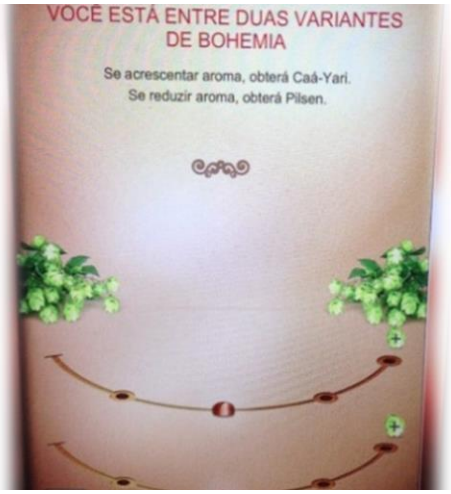


Figura 21. Sala dos Ingredientes (Jogo do Lúpulo I)
Fonte: acervo de pesquisa da autora

Acerca das cervejas variantes de Bohemia (Weiss, Escura e Confraria) de que nos fala o painel do malte, essas foram ao longo da pesquisa substituídas por outros estilos que já aparecem nesse aparato, bem como eram servidas na degustação. No contexto da indústria cultural, a criação das variantes da cerveja Bohemia nos remete ao paradoxo da marca. De acordo com Fontanelle (2013), o paradoxo implica em uma tensão que atua em dois níveis, pois, ao mesmo tempo em que se insiste em um discurso da flexibilidade, da pluralidade e da liberdade de escolhas, aqui relacionado às variantes, também se reforça o padrão, o nome da marca Bohemia, que em si é uma repetição, em um deslocamento incessante de imagens em que a marca busca fixar seu nome. Assim, em função da concorrência, o nome da marca permaneceria na sucessão de imagens ininterruptas do imaginoso capitalismo, que subverte, segundo a autora, qualquer possibilidade de representação estável, o que a leva a problematizar: "como é possível formatar uma cultura regida pela lógica do valor que, se por um lado acaba subsumindo tudo à sua forma, por outro, devido a condições que lhe são estruturais, deve também implodi-la constantemente?" (2013: 308).

Tendo em vista a definição de cervejas artesanais, como aquelas em que a escolha sobre a cerveja que será produzida não diz respeito às pesquisas de mercado, consideramos que as cervejas variantes de Bohemia sejam especiais e não artesanais. As estratégias de marketing em torno das variantes podem ser observadas a partir dos vídeos da Expedição Sabores da Cerveja, assistido pelos visitantes após a Sala dos Ingredientes, enquanto aguardam em uma pequena sala a liberação da Sala da Alquimia, onde ocorre a primeira mediação guiada.

Essa sala conta com bebedouro e banheiros, de modo que os visitantes comumente sentam diante de dois televisores que projetam um vídeo intitulado Expedição Bohemia, que pode ser acessado na internet[2], com cerca de sete minutos de duração, tendo como protagonistas um chef de cozinha de projeção na mídia nacional e uma mestra cervejeira. Juntos, relatam a expedição, uma viagem às cervejarias localizadas nos EUA e na Europa, bem como a regiões do Brasil. Em um movimento, que, como vimos, desde a primeira sala parte dos países centrais, particularmente da Europa para o Brasil, se estaria aqui à procura de ingredientes para uma releitura de estilos de cervejas consagrados que levaria, então, à criação das variantes. Ao longo do vídeo, apresentam a cidade de Petrópolis e algumas salas das exposições do CECB, também realizam entrevistas com profissionais, como uma mestra cervejeira que discorre sobre a produção na fábrica. Ao final, o chef apresenta a criação de pratos harmonizados com as referidas cervejas, podendo ambos serem consumidos pelo visitante no restaurante do local, uma estratégia de propaganda.

Nesse sentido, podemos supor que nem todos os visitantes teriam *habitus* de consumir cervejas especiais, em particular, harmonizadas com pratos sugeridos por um chef. Busca-se, assim, conferir às variantes da marca de cerveja Bohemia um lugar distinto por meio de uma elaboração discursiva que pretende dar sentido às escolhas e às práticas dos indivíduos. Entretanto, os recursos materiais e os repertórios de experiências do gosto não se encontram igualmente distribuídos na sociedade, sendo o acesso a esses limitado pela posição ocupada pelos indivíduos em meio às relações de trabalho. É nesse sentido que a indústria cultural mascara os conflitos e as contradições intra e entre classes, como se, produzir determinado produto, divulgá-lo e colocá-lo em circulação, fosse suficiente para que todos pudessem consumi-lo ou incorporá-lo a seus *habitus*.

As estratégias da marca Bohemia no CECB buscam atingir um público, que, pensado a partir de Bourdieu, se refere potencialmente àquele que esteja dispensado das necessidades mais urgentes, liberado para consumos mais raros como o de cervejas especiais, uma vez que a ordinária cerveja de massa deixa de figurar como um fator distintivo capaz de conferir sentido de distinção a determinados estilos de vida. Assim, busca-se agregar valor às cervejas da Família Bohemia por uma combinação própria de lúpulos, que, mediante a interação do visitante com o aparato, adicionando ou reduzindo

[2] O episódio 9 de Expedição Bohemia está disponível em: https://vimeo.com/channels/901806. Acesso em 15/12/2016

lúpulos, se apresenta como resposta à combinação das seguintes variantes: i) “Japutipa”, uma *Indian Pale Ale* (IPA) com jabuticaba, ii) “Bela Rosa”, uma *witbier* com pimenta-rosa, e iii) “Caã-Yari”, uma *Belgian Blond Ale* com erva-mate, como no exemplo a seguir:



Figura 22. *Sala dos Ingredientes (Jogo do lúpulo II)*

Fonte: acervo de pesquisa da autora

Na tela, é possível observar a cerveja Caá-Yari, cujo nome faz referência ao mito indígena da erva-mate, apresentada em uma taça específica, assim como as outras duas variantes. Na imagem se lê a seguinte descrição: “essa combinação única forma uma espuma cremosa e traz aromas de malte e especiarias provenientes da fermentação. Seu sabor maltado revela ainda notas alcoólicas e médio amargor”. Nesse trecho, sublinhamos a referência a uma combinação única de espuma cremosa e aromas de malte e especiarias provenientes da fermentação, revelando ainda a existência das categorias alcoólicas e de médio amargor. Observamos, assim, uma elaboração discursiva que aciona cânones de um repertório que se utiliza de conhecimentos técnico-científicos que atuam na formação do gosto a fim de justificá-lo.

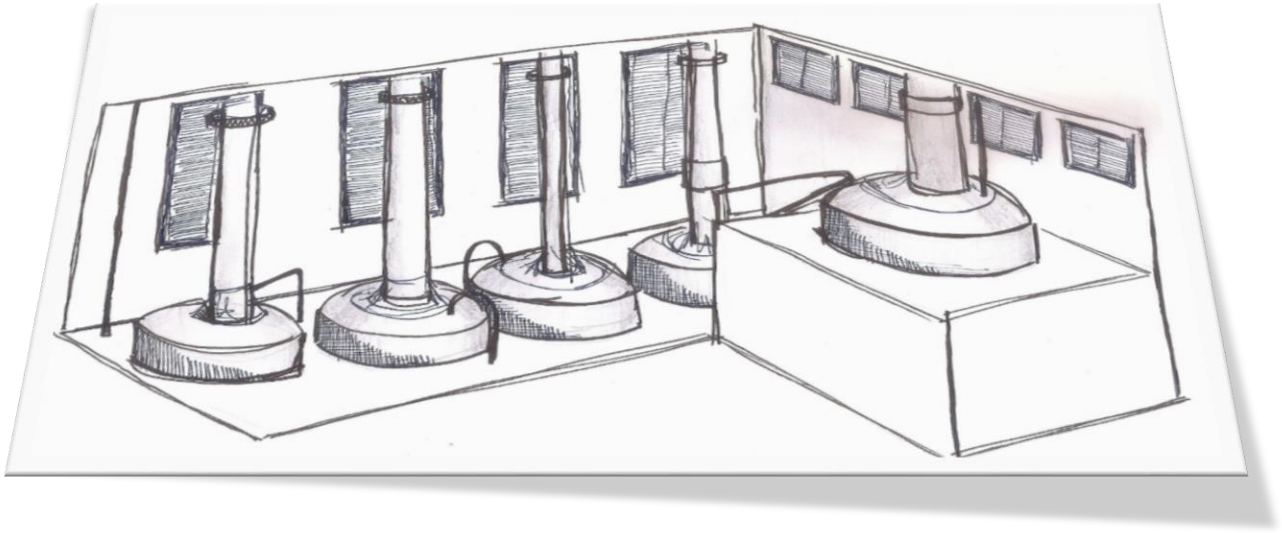
Desse modo, em meio à diversão lúdica, a formação do gosto pode parecer algo natural, ainda que se revele como uma ação ideológica da indústria cultural, como na percepção de Schneider (2015) no que se refere à ação pedagógica anônima e difusa das ICTs na captura e na formação do gosto. Embora os aparatos dessa sala possam soar desconectados da produção mercantil, a significação desse repertório possui intrínseca relação com o capital que produz, informa e faz circular somente aquilo que contribua direta ou indiretamente à sua reprodução. No atual estágio do capitalismo, o sistema produtivo emerge de uma base virtualmente (Bohemia) material (cerveja), integrada à produção cultural. Assim, o produto (cerveja) e a marca (Bohemia) se confundem em

uma simbiose que, na indústria cultural, não deve demandar grandes esforços, como pelo acionamento de conhecimentos técnico-científicos de fácil assimilação, significados na medida em que sejam capazes de conferir valor à marca, distingui-la.

Ainda em Schneider, a indústria cultural busca satisfazer as demandas mais lucrativas na guerra concorrencial, em que os produtos são mais ou menos rentáveis em um dado momento, sendo somente sobre essas mercadorias que o sujeito como consumidor possui algum livre arbítrio. Dessa forma, na construção discursiva do lúpulo, cada variante com suas peculiaridades e atributos poderia se adequar ao gosto de cada visitante, ainda que sob uma pseudoindividualidade. Essa, não seria entendida pelo autor como uma crítica ao individual, mas à existência de um padrão social historicamente determinado pela força heterônoma do capital. No movimento de captura e formação do gosto, o esclarecimento técnico-científico se apresenta como um *logos* da distinção, capaz de fornecer uma elaboração discursiva que justifique o gosto, ou seja, a preferência pelas variantes da marca de cerveja Bohemia.

Seria, assim, Bohemia a marca de uma cervejaria de história e de tradição, de uma herança europeia e nobre, científica e tecnologicamente, digamos, alfabetizada, adequada, portanto, a determinado *level* de cada qual, em que as estratégicas reiteram o *status quo* por meio da reprodução ampliada e acelerada do capital no estágio do capitalismo contemporâneo. Dessa forma, a distinção associada à lógica produtivista atua de modo a fazer do consumo das cervejas especiais de Bohemia um gesto cultural legitimador, assim, “na indústria cultural, o mais inflexível de todos os estilos revela-se justamente como a meta do liberalismo, ao qual se censura a falta de estilo” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985: 108), de maneira que “a promessa a que afinal se reduz o espetáculo significa que jamais chegaremos à coisa mesma, que o convidado deve se contentar com a leitura do cardápio” (1985: 114).

5.3.4 **Sala da alquimia**



Giulia Panno

5.3.4.1 Resquícios de memória: a alquimia contemporânea

É importante pontuar que entendemos essa sala, cuja imagem pode ser observada a seguir, na perspectiva do patrimônio tangível de C&T, uma vez que objetos de C&T são "todos aqueles conjuntos de itens que foram utilizados em pesquisa científica ou no desenvolvimento tecnológico" (GRANATO, 2009: 79). Segundo Granato, definir patrimônio científico e tecnológico não é uma tarefa simples, pois "estamos no âmbito daqueles conjuntos de objetos, no amplo sentido do termo, que foram utilizados para produzir ciência e desenvolvimento tecnológico e que foram gerados a partir desses processos" (2009: 89). Para Lourenço (2009), o desconhecimento da dimensão do patrimônio da C&T, que continuaria a ser ignorado pelas políticas de diferentes países, leva a considerá-lo parte da matéria negra do universo do patrimônio, tendo como consequência sua destruição sem que sequer percebamos. Ela aponta que uma das dificuldades diz respeito à maioria desse patrimônio não estar nos museus, mas em instituições com outras características, como acreditamos ser o caso do CECB.

Sobre essa sala, podemos estabelecer uma analogia com Fontanelle (2008) no que refere ao episódio em que relata as cartas que o Mcdonalds recebeu em 1980 quando planejava demolir sua primeira loja. O anúncio da demolição teria gerado um

episódio de comoção nacional nos EUA que revelaria traços de nossa época, de um tempo sem memória. Viveríamos, pois, em uma sociedade das imagens, resultado de um processo que teria se iniciado no século XX, permeado pela ideologia do progresso técnico, que levaria à constituição de um tempo marcado pela velocidade, um tempo acelerado e de descartabilidade, centrado na produção e no consumo em massa. Assim, teríamos necessidade de preservar continuidades temporais dos mais modestos vestígios do que possa ser concreto, tátil, material, enfim, servir de testemunho do memorável. Nessa sala, a materialidade atua como uma potência capaz de significar a passagem do tempo a fim de certificar a autenticidade daquilo que venha de uma origem comprovada. Imersos, poucos visitantes resistiriam ao registro do testemunho do memorável, conforme a seguir:



Figura 23. Sala da Alquimia.
Fonte: acervo de pesquisa da autora.

Enquanto os visitantes adentravam a sala pela parte superior, comumente fazendo fotografias, o monitor aguardava até que todos chegassem e se juntassem para iniciar sua fala, a primeira mediação guiada. Segundo o ICOM, o termo mediação nos museus estaria associado à posição mediana, às estratégias de um terceiro que atua entre dois pontos distantes e que age como intermediário a fim de aproximá-los em uma relação de apropriação. A mediação supõe a existência de uma lacuna entre o que pode ser imediatamente percebido e significações subjacentes. Refere-se, assim, a uma gama de intervenções realizadas para estabelecer pontos de contato entre o que é exposto ao olhar e os significados que podem portar para o conhecimento.

Os monitores apresentavam os objetos, o funcionamento da produção do mosto da cerveja (fase quente). O mosto pode ser entendido como uma solução aquosa de açúcares que servirá de matéria-prima para que as leveduras realizem a fermentação, que ocorre na fase fria, significada na sala seguinte, a Sala da Transformação. Junto às tinas, um painel descreve a função delas, conteúdo abordado pelos monitores. Grifamos a seguir os aparatos envolvidos nas etapas do processo:

> Processo de alquimia cervejeira: 1. Cereais não maltados: cereais não maltados são essenciais para a obtenção do corpo e sabor de Bohemia. Aqui dissolvemos os componentes dos cereais, preparando-os para serem adicionadas na tina de mostura. 2. Tina de mostura: nessa tina, o malte moído é misturado à água cervejeira, dando origem ao mosto cervejeiro. Tempo e temperatura são precisamente controlados para que os ingredientes se dissolvam e ocorra a conversão enzimática dos componentes de malte em açúcares e aminoácidos, nutrientes essenciais para que o levedo possa agir. 3. Tina de filtração: na tina de filtração, o mosto cervejeiro é separado das cascas do malte. A partir deste processo, obtêm-se o mosto clarificado. 4. Cozinhador do mosto: No cozinhador, o mosto é submetido a uma fervura prolongada e intensa para a sua esterilização. É nessa etapa que são adicionadas as diferentes variedades de lúpulo. Aqui, as substâncias responsáveis pelo amargor e aroma do lúpulo são liberadas em tempos diferentes de cozimento, conferindo o sabor final de cada Bohemia. (Grifos da autora, painel sobre a produção de cerveja/fase fria, Sala da Alquimia).

Como podemos observar a partir do trecho supracitado, o CECB se debruça mais sobre os processos tecnológicos, o que acenamos anteriormente como saberes técnico-científicos. Como entende Contier (2009), a mediação guiada se apresenta sobretudo diante da dificuldade de serem significados conteúdos mais complexos de C&T, uma vez que, quanto maior a complexidade de conceitos, fenômenos e processos, mais a mediação se faz necessária, como ocorre aqui no caso das tecnologias de processamento. A seguir, o painel que introduz a Sala da Alquimia:

> Alquimia. Magia e ciência juntas para combinar e misturar os elementos essenciais. Os alquimistas da idade média manipulavam os quatro elementos da natureza em busca da pedra filosofal. Os mestres cervejeiros de Bohemia são os alquimistas do ouro líquido, eles manipulam os quatro ingredientes: água, malte, lúpulo e levedos, preservando a fórmula original e criando novos sabores para a Família Bohemia. Essa alquimia inicia-se pela escolha dos tipos e variedades de matérias-primas, passa pelo equilíbrio entre tempo e temperatura de cozimento, pela exatidão das quantidades de cada ingrediente, até chegar à transformação final (Grifos da autora, painel da Sala da Alquimia).

No trecho, sublinhamos os termos associados à alquimia, que, segundo Braga, Guerra e Reis, se refere a um conhecimento que teria passado pela Europa medieval, tendo se constituído a partir de uma miríade de saberes armazenados pelos povos das regiões da China, Índia, Pérsia, Mesopotâmia, Síria e Egito, o que entende como

convergência dos saberes. A alquimia diz respeito, assim, a um conjunto de técnicas e conhecimentos que chegariam à Europa por volta do século XII por meio de traduções feitas na cidade de Toledo no sul da Itália, em grande parte compilados dos textos alexandrinos (Corpus Alexandrino).

Esses conhecimentos e práticas teriam se difundido sobretudo antes da emergência da ciência moderna, que viria a excluir, cada vez mais, a dimensão da magia ou daquilo que viesse de fora, abrindo espaço por meio da linguagem matemática para aferição de uma verdade universal. Poderíamos até arriscar que uma das principais contribuições da alquimia para a produção de bebidas estaria mais relacionada aos conhecimentos sobre a destilação, como a produção de elixires, do que às bebidas fermentadas como é o caso da cerveja.

A alquimia se apresenta desde a primeira sala do CECB, sugerindo uma relação entre os alquimistas e os mestres cervejeiros, como se esses últimos fossem os alquimistas do ouro líquido. No trecho acima, os mestres cervejeiros seriam os responsáveis por preservar a fórmula original da cerveja Bohemia, narrativa que visa conferir a ideia de autenticidade à marca através da experiência sensível do testemunho do memorável. Destarte, os mestres cervejeiros enquanto alquimistas preservariam a fórmula original de Bohemia, ao passo que criariam os "novos sabores para a Família Bohemia" em um movimento de continuidade temporal que reforça a ideia da marca enquanto durável e clássica, enfim, como uma marca que teria resistido à passagem do tempo e ressignificada sob os efeitos de pátina.

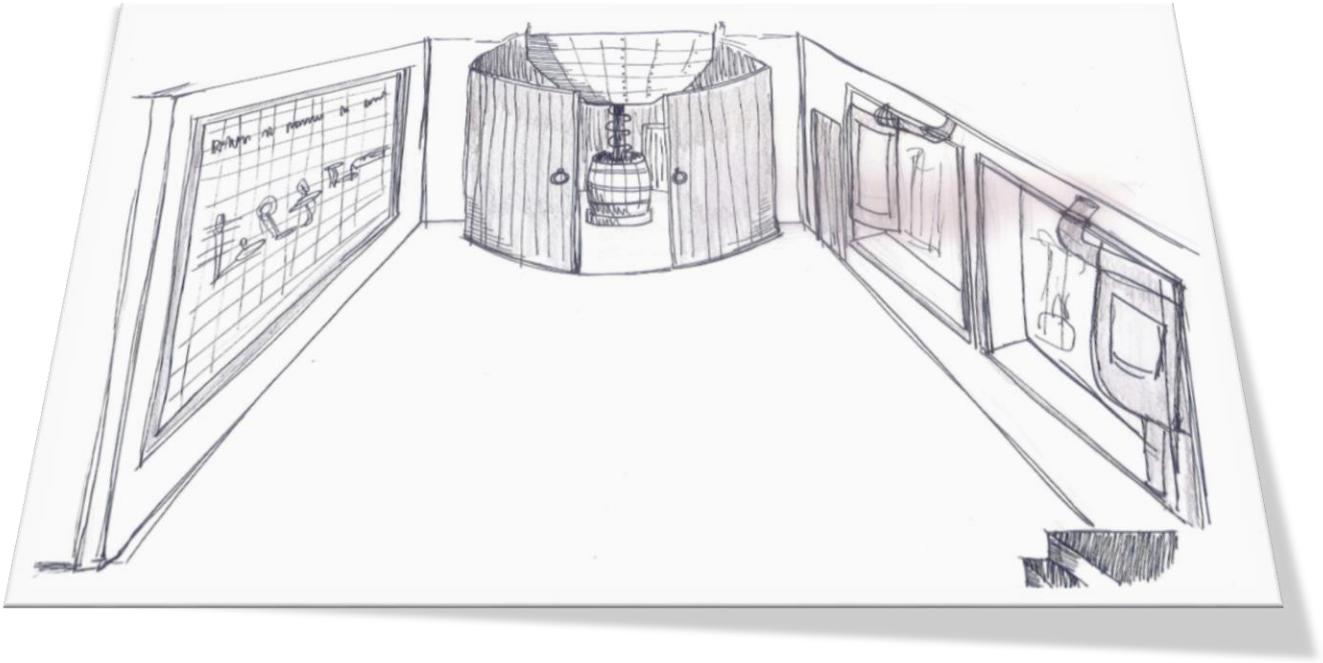
Embora a marca Bohemia possa ser uma das mais longevas da história da cervejaria nacional, seria pouco provável que sua fórmula tenha se mantido original, pois "a Bohemia pode, isso sim, ser o rótulo *mainstream* mais longevo da história da cervejaria nacional, a despeito das inúmeras mudanças de formulação ao longo do tempo que, muito provavelmente, descaracterizaram o produto original" (BELTRAMELLI, 2012: 189). A elaboração discursiva associa os mestres cervejeiros de Bohemia aos alquimistas, movimento que contribui para sustentar a ideia de autenticidade de uma fórmula original, que, sob o efeito de pátina, se refere aos mecanismos da indústria cultural na criação do mito da autenticidade de Bohemia.

Recortada do medievo europeu, a alquimia teria um contorno bastante específico, cunhada em uma atmosfera de encantamento, onde seria possível o encontro entre magia e ciência na combinação dos elementos essenciais para a produção de Bohemia. Entretanto, a Cervejaria Bohemia foi adquirida pela Antártica em 1961, tendo o espaço

da Sala da Alquimia funcionado entre as décadas de 1960 a 1980, sendo provavelmente o resultado de uma inovação implementada pela Antártica na segunda metade do século XX, o que nos leva a pensar esse espaço como parte dos esforços de uma conversão tecnológica industrial.

Assim, a sala aciona fragmentos de uma memória mais recente da cervejaria construindo a partir dela uma elaboração discursiva mítica sobre a alquimia, estando essa situada em outra temporalidade, que contrasta com a produção industrial aqui significada, sendo os objetos de C&T dessa sala o resultado do desenvolvimento da ciência positivista, situada na pós-modernidade, que poderíamos chamar de contemporânea em termos históricos, uma vez que se situa na segunda metade do século XX.

5.3.5 **Sala da transformação**



Giulia Panno

5.3.5.1 Degustação: gosto e *habitus* no ocultamento das contradições sócio-econômicas

A Sala da Transformação busca significar o processo de produção da cerveja (fase fria), que era apresentado pelos monitores na medida em que acionavam aparatos que continham breves vídeos, uma sucessão de imagens, que davam suporte à mediação, correspondendo cada qual a uma etapa do processo. O painel da sala se dirige ao visitante "você, entendido como alguém que conhece Bohemia e suas características dourada, saborosa e brilhante":

> Bohemia é arte e técnica. É nessa fase que o mosto se transforma em cerveja. É o momento do refinamento, quando cada detalhe faz toda a diferença. O líquido dourado passará pelo resfriamento, fermentação, maturação e filtração, até se transformar na mais pura Bohemia. Essas etapas mesclam movimento e repouso, temperatura e tempo, análises e processos, tudo controlado por modernos equipamentos e, claro, a regência do Mestre Cervejeiro. Toda essa arte e técnica combinadas resultam na Bohemia que você conhece, dourada, saborosa e brilhante. (Grifo da autora, painel da Sala da Transformação).

Em relação aos aparatos da sala, esses se referem às seguintes etapas do processo de produção (fase fria): resfriamento, fermentação, maturação e filtração, quando seriam mensurados temperatura e tempo, bem como feitas análises, sendo "tudo controlado por modernos equipamentos e, claro, a regência do Mestre Cervejeiro". A referência aos modernos equipamentos vai ao encontro do cenário da sala como podemos observar a seguir:



Figura 24. Trecho da Sala da Transformação
Fonte: acervo de pesquisa da autora

A dinâmica dessa sala que se apresenta em uma atmosfera futurista voltada ao grande público, formado em sua maioria por leigos no processo de produção de cerveja. A visita a esse espaço, não raro, faz parte do contexto de um passeio à cidade de Petrópolis. Se as estratégias da terceira geração de museus de ciências como os *science centers* se voltam à alfabetização científica, nessa sala se busca alfabetizar para o domínio de certo *logos* técnico-científico na medida em que o conhecimento significado seja capaz de conferir distinção. Nesse sentido, consideramos a contribuição de Schiele e Boucher (2001) para pensar a vulgarização da ciência nos MCCT, entendida como o conjunto de produções do pensamento científico e tecnológico destinado ao grande público, apresentado por meio de mensagens facilmente assimiláveis, buscando elevar o nível de informação e, até mesmo, promover a aquisição de novos conhecimentos, como consideramos ser o caso do CECB, particularmente imerso no contexto da indústria cultural. Como pontuam os autores, o interesse do grande público por C&T se manifesta cada vez mais mediante ao aumento do consumo de produtos culturais relacionados aos saberes científicos e tecnológicos.

Assim, a vulgarização da ciência se constituiria como um trabalho ideológico que apresenta a ciência como vitrine e frequentemente se apoia em formas midiáticas, como consideramos ser o caso do CECB, que, no contexto da indústria cultural, tem como ideologia o negócio, devendo ser evitado qualquer tipo de esforço intelectual diante de seu pretenso conteúdo. Desse modo, pensamos que é suficiente para maioria dos visitantes dispor de algumas noções sobre o processo de produção de cerveja, pois "o que se poderia chamar de valor de uso na recepção dos bens culturais é substituído pelo valor de troca; ao invés do prazer, o que se busca é assistir e estar informado, o que se quer é conquistar prestígio e não se tornar um conhecedor" (ADORNO E HORKHEIMER, 1985: 131). A degustação de cerveja ocorre nessa sala e na seguinte, promovendo uma experiência sensível a qual se pretende tornar aprazível, pois, como vimos em Becker (2008), é preciso aprender a identificar o prazer advindo da experiência com a droga para que o uso continue, de modo que as estratégias dessa sala se voltam ao prazer advindo da degustação de cervejas especiais no contexto da experiência do lugar.

Em relação ao vinho, Santos (2012b) entende que o ato de degustar se distingue do ato de beber por ser voluntário e reflexivo, em que se busca analisar as qualidades da bebida, submetendo o líquido aos sentidos a fim de julgá-lo e descrevê-lo. Para Houaiss e Villar, o termo degustação se refere a "ato de degustar; prova, 1. Avaliação atenta

através do paladar. 2. Experiência aprazível, geralmente de caráter sensorial" (2001: 929). Dessa forma, considerando que o termo degustação pode se referir a um *logos* técnico-científico de um saber-sabor relacionado ao gosto, de modo que a degustação realizada no CECB se aproxima mais do sentido de uma experiência aprazível do que a de submissão do liquido aos sentidos a fim de descrevê-lo de forma criteriosa com o objetivo de julgá-lo ou avaliá-lo mediante determinados cânones, mais ou menos formalizados na cultura.

Para ilustrar uma acepção mais restrita da degustação de bebidas, poderíamos recorrer à ficha de análise sensorial de vinhos de Jean Carlos Bossi, dividida em três exames (visual, olfativo e gustativo), que, ao final, confere uma pontuação ao vinho. No Brasil, a Associação Brasileira de Sommeliers (ABS), uma entidade sem fins lucrativos, organiza degustações ao longo do ano com seus associados utilizando a referida ficha. Dispõe para isso, de sala de aula destinada à degustação de vinhos com uma disposição dos móveis diferenciada e uma boa iluminação sendo desejável o ambiente estar livre de odores. Na degustação, se espera que o vinho seja servido em taças de padrão ISSO, em dada temperatura, preenchida em um terço do volume a fim de que se possa rodá-la para a percepção dos aromas, um importante quesito a ser avaliado a partir da ficha.

Podem participar da degustação de vinhos da ABS, os associados que possuem um conhecimento mínimo sobre o tema, que tenham realizado ao menos dois cursos: o curso básico de iniciação ao vinho e o curso de degustação e reconhecimento de vinhos, com cargas horárias de 14h e 10h respectivamente. O primeiro refere-se a noções mais gerais sobre o vinho e sua produção e o segundo se volta à ficha de degustação, aos conhecimentos necessários para preenchê-la, o que tornaria os associados aptos para participar das degustações, geralmente realizadas com vinhos de determinada região ou casta de uva. É importante sinalizar que dentre outros cursos da ABS, bem como nas próprias degustações, incidem custos, o que faz com que o acesso se torne limitado, o que reforça serem desigualmente distribuídos os repertórios materiais e simbólicos dessas experiências na sociedade.

Em relação ao gosto, para Schneider, "o desenvolvimento desses sentidos é fruto da experiência, ou melhor, de um conjunto de experiências singulares. A oportunidade de se ter ou não essas experiências, com que frequência e em qual contexto etc., são fatores socialmente condicionados" (2015: 290). O autor aponta o conflito entre a razão pretensamente universal, que poderíamos associar à existência de um *logos* de alcova que se desenvolveu cunhado em saberes técnico-científicos e na sensibilidade

pretensamente particular ou singular. Assim, o autor problematiza a incidência de um campo heterônomo que delimita a margem de determinação do gosto, estabelecida pela distribuição desigual dos recursos materiais e do repertório simbólico comum, sendo a posição dos consumidores determinada, em última instância, pelo lugar que ocupam nas relações de trabalho, que lhes dá acesso à parte da produção posta em circulação. Assim, sublinhamos a dessemelhança de forças entre o potencial de uma elaboração discursiva pretensamente universal sobre a cerveja legitimada pela C&T que se confronta com a experiência sensível do indivíduo, pretensamente particular.

Dessa forma, ao término da apresentação das etapas do processamento, enfim, a cerveja estaria pronta, sendo perguntado aos visitantes se gostariam de fazer a prova da mesma. O silêncio que acompanhava a explicação sobre o processo de produção cede lugar, então, para a manifestação do público permeada por certa euforia, dando a todos um lugar no espetáculo e a cada adulto o direito a uma taça de cerveja para compor a cena. O anúncio da degustação anteciparia, assim, uma necessidade prevista, criada, para que fosse saciada naquele momento. De modo geral, os visitantes atendem ao convite assiduamente, lançando toda sorte de expectativas em que eram "tiradas" criativas, nas quais afirmavam o interesse em realizar a árdua tarefa, como se, independente de partilhar ou não os saberes técnico-científicos que envolvem a produção, estivessem aptos à experiência do gosto, ao compartilhamento de *habitus* que acenam o convite à distinção, não havendo motivos para resistir diante da abertura da Bohemia da Fonte:



Figura 25. Bohemia da Fonte
Fonte: acervo de pesquisa da autora

A primeira degustação parece se apresentar como o ponto auge do percurso, como se fosse aberta uma espécie de porta da esperança, sendo, de fato, aberta uma porta secreta, da qual um monitor sai com um carrinho de cervejas servidas em taças. Após cerca de uma hora imerso em toda sorte de imagens, podemos imaginar que não seria difícil ceder ao convite de uma taça, de modo que raramente sobrava uma cheia na volta ao carrinho. A sobra do não bebedor poderia ser contemplada pela ajuda de um amigo, daqueles que não fossem desperdiçar. Ao longo do percurso, seriam comuns brincadeiras que giravam em torno do tema da embriaguez, mormente calcadas na imagem do ébrio, do boêmio, como aquele que no grupo, formado por amigos e/ou familiares, fosse tido como o entendido do assunto no que se refere ao consumo mais assíduo de bebidas alcoólicas.

A espetacularização da abertura da Bohemia da Fonte nos remete às características dos *science centers* no que se refere ao inusitado, à surpresa, como se os visitantes tivessem alcançado o país de Cocagne, sob a promessa de preencher a sensação de vazio, simbólica e materialmente significada na degustação. Assim, se poderia encerrar um potencial conflito entre saber ou não sobre os aspectos técnico-científicos da produção de cerveja, apresentação que antecede a degustação, de modo que essa se volta ao visitante como um convite à ampliação das experiências do gosto. A degustação atua, assim, criando uma elaboração discursiva que busca justificar juízos de gosto sobre o que seria raro (cervejas especiais/Bohemia) diante do comum (cervejas de massa), distinção que se refere ao universal cindido que se manifesta, como previa Bourdieu, nas distinções entre raro e comum, nobre e vulgar, refinado e grosseiro.

Assim, o princípio da indústria cultural se organiza para que as necessidades sejam satisfeitas, devendo o espectador nada deixar escapar diante do estímulo especializado, de maneira que “ninguém tem o direito de se mostrar estúpido diante da esperteza do espetáculo; é preciso acompanhar tudo e reagir com aquela presteza que o espetáculo exibe e propaga” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985: 114). O controle da indústria cultural sobre os consumidores seria mediado pela diversão, pela hostilidade por tudo aquilo que seja mais do que diversão, de modo que o acionamento de elementos de C&T se apresenta na medida em que legitime uma elaboração discursiva sobre o gosto de cervejas especiais da marca Bohemia.

Assim, a perspectiva da vulgarização da C&T atua de modo a conferir sustentação a uma elaboração discursiva sobre o gosto encenando *habitus* de consumo capazes de conferir distinção, sendo a C&T tomada como vitrine sem demandar

esforços ou pensamento próprio, uma vez que, saciada a satisfação de necessidades criadas, a degustação apresenta a possibilidade de fuga do cotidiano. Dessa forma, a promissória do prazer seria prorrogada indefinidamente expondo repetidamente o objeto do desejo, que reproduz o cotidiano ao qual se buscou escapar, cuja satisfação seria uma promessa rompida, em que os visitantes, enquanto consumidores, ocupariam cada qual o lugar que lhes couber na posição de seu *level* em função de uma demanda de mercado.

Segundo Schneider (2015), a incessante repetição do marketing e da publicidade opera na construção do gosto popular como se fosse uma expressão natural de uma alma popular. Ainda que esse movimento não se dê de forma linear, ele sinaliza a disparidade de forças com que age o capital na indústria cultural, levando a uma significativa aprovação social do gosto. Nesse sentido, as estratégias do CECB acabam por reforçar uma espécie de dicotomia, que contrapõe e sobrepõe as cervejas de massa às cervejas especiais, essas últimas apresentadas como mais raras, nobres e refinadas, enfim, dignas de uma degustação. Esse processo contribuiria ao apagamento dos conflitos e das contradições de classe que configuram as fronteiras materiais e simbólicas das variadas experiências sociais, mantendo a reprodução do *status quo* das relações de poder.

Como considera Bourdieu (1976), ao passo que cresce a distância objetiva das necessidades mais urgentes, uma vez preenchidas, se tornam banais ou comuns, surgindo outros atributos que passam a funcionar como fator de distinção. É o que ocorre no caso da loucura pelas especiarias, pois, no momento em que se tornam comuns e acessíveis, deixam de se figurar material e simbolicamente como distintivas; o que faz com que, mais tarde, sejam substituídas pelas *luxury food's* e assim por diante. Ou seja, quando certos produtos se popularizam (cervejas tipo Pilsen da produção industrial em massa), as classes mais abastadas buscam diferenciar-se por meio de outros produtos (cervejas especiais) e, porque não dizer, marcas (Bohemia) capazes de conferir-lhes status e discernimento em relação ao lugar social que ocupam.

Nesse sentido, alguns visitantes perguntavam aos monitores sobre o preço das cervejas degustadas, o que nos leva a pensar que refletiam acerca daquele produto fazer ou não parte de seus repertórios etílicos. A variante Jabutipa do estilo IPA, com mais lúpulo na receita, poderia causar maior estranhamento ou, mesmo, reprovação, por destoar da experiência das cervejas de massa por ser mais amarga. Alguns visitantes, no entanto, apesar de parecerem reconhecer a elaboração discursiva segundo a qual as cervejas degustadas seriam de bom gosto, teriam noção, enquanto consumidores, que essas não passariam a integrar seus *habitus*, como se, apesar do glamour ou mesmo em

função desse, as cervejas especiais não fossem para o seu *level*. Ou seja, saberiam distinguir como a qualquer outro produto, as cervejas que estariam ou não ao seu alcance, notabilizando os limites das condições sociais e econômicas nas quais se inscrevem as escolhas que dão sentido às práticas sociais. Dessa forma, se construiria um discurso capaz de justificar o gosto por cervejas especiais da marca Bohemia, ainda que esse seja o resultado de um conjunto de repertórios materiais e simbólicos desigualmente distribuídos na sociedade, atuando de modo a camuflar as contradições de classe.

Essas estratégias atuariam nessa sala, portanto, na captura e na formação do gosto por meio da encenação de *habitus* de consumo, práticas classificadas e classificadoras, em que a degustação se apresenta como uma fórmula geradora de estilos de vida. Assim, sob a promessa de satisfazer desejos previstos e antecipados no percurso, os produtos enquanto bens materiais (cerveja) e simbólicos (marca) emergiriam como um ato cultural legitimador ainda que padronizados e organizados em função das novas demandas de mercado. Dessa forma, o discurso se utiliza de estratégias que acionam o *logos* da distinção a fim de reiterar a autoconservação da aparelhagem social e econômica sob uma aparente liberdade, que oculta a disparidade de forças com a qual opera o capital diante dos indivíduos de modo que a lógica produtivista produz, informa e faz circular apenas o que lhe confira direta ou indiretamente sua reprodução ampliada.

5.3.5.2 Brinde: o refúgio ilusório da marca

Ao pegar a taça, os visitantes se voltavam comumente para seus acompanhantes a fim de realizar o brinde, já que brindar não é algo que se faça sozinho. Na definição de Houaiss e Villar (2001), a palavra brinde pode se referir tanto ao efeito de comemoração e êxito, de votos a alguém ou à saúde de alguém, quanto a um objeto que se presenteia. Nesse caso, pode ser uma oferta condicionada à compra de mercadorias ou uma peça promocional com objetivos de marketing, de modo que observamos ambas as acepções do termo nessa sala.

Em relação ao primeiro sentido, o objeto sobre o qual se debruça o espaço, a cerveja, diz respeito a signos de hospitalidade, bem como a interditos que se apresentam a partir da idade. Assim, cada adulto, com sua taça na mão e com sua turma, ergueria os braços se posicionando para o brinde geralmente registrado por uma câmera de celular.

Os sorrisos poderiam antecipar certo padrão que busca demonstrar o exitoso prazer da experiência, o testemunho do idílico parque de diversão dos adultos.

As cervejas não eram servidas em copos, mas em taças, o que diz respeito material e simbolicamente aos costumes e normas de comportamento que revelam *habitus*. O visitante poderia se perguntar sobre a forma adequada de manusear a taça, sobretudo a taça da segunda degustação que possuía haste. Assim, pegar a taça pela haste ou pela base poderia acenar como a resposta correta justificada por saberes técnico-científicos, uma vez que a troca de calor entre a mão e a parte onde se encontra o líquido (concavidade do bojo), faz com que se altere a temperatura da bebida, devendo essa permanecer por mais tempo possível na temperatura adequada à especificidade da bebida para que se extraia seu potencial organoléptico. É aqui que se encontra a expressão do esclarecimento que opera legitimando normas de comportamentos justificadas pela C&T de forma ainda mais proeminente do que antecipava Elias (2011). A elaboração discursiva que justifica o gosto imprimiria, quiçá, o embaraço na degustação aos menos àqueles que não compartilhavam desse repertório em seu estilo de vida, passando a figurar como um comportamento de bom gosto.

Se, na análise de Elias, a mudança dos costumes e das normas de comportamento, localizada na passagem do cavaleiro medieval para o cortês, se daria mais em função do que seria tido como socialmente desejável do que por razões racionais, ainda que mais tarde a ciência viesse a justificar tais opções. No cenário do capitalismo contemporâneo, a indústria cultural utiliza a C&T como vitrine para legitimar o gosto, de forma mais acabada no esclarecimento da encenação de *habitus* do consumo.

A degustação se apresenta como um convite à libertação de se possuir, ou não, o domínio de um conhecimento técnico-científico sobre a produção de cerveja, a relação saber-sabor passa a ser capitaneada pela lógica produtivista na forma-imagem da marca, cuja promessa de sucesso da experiência cervejeira se assenta no consumo de Bohemia como um ato cultural legitimador, mascarando as contradições de classes inerentes ao *habitus* que torna o universal cindido.

Seguido ao brinde, as conversas podiam girar em torno das possíveis características identificadas na cerveja, podendo-se recorrer ao monitor para fazer perguntas. Ao longo da pesquisa, durante a degustação, algumas vezes fui abordada pelos visitantes que me perguntavam se eu não iria beber ou se eu também não bebia. Os laços de sociabilidade seriam legitimados pela posse da taça, sua materialidade

parecia ser o passaporte para estar na fotografia, sendo o não bebedor a pessoa comumente escolhida para fazer o registro. Assim, a posse da taça na degustação seria quase uma condição para estar na fotografia e, potencialmente, existir nas redes sociais, de uma sociabilidade que, ao incluir, também excluía.

A aprovação do espetáculo, do qual os visitantes passavam a fazer parte, parecia reforçar a necessidade de registrarem o momento, cumprindo a função de satisfazer desejos criados e preenchidos sob a confortável promessa de o consumo de cervejas especiais de Bohemia dizer algo sobre si mesmo e sobre os outros, o que nos leva a pensar que "não estamos falando de uma falsa representação da realidade ou da falsificação da realidade, pelo contrário essa é a nossa realidade" (FONTANELLE, 2013: 293). Embora a abertura da porta que levava à Bohemia da Fonte remeta ao acaso, na indústria cultural o acaso seria planejado, dando a aparência da surpresa, como se ainda houvesse espaço para relações espontâneas e diretas. Segundo a autora, teríamos chegado ao momento da história de uma sociedade que foi se constituindo sob o signo do descartável, fazendo-nos agir como se não soubéssemos, embora saibamos, que marca é uma ilusão.

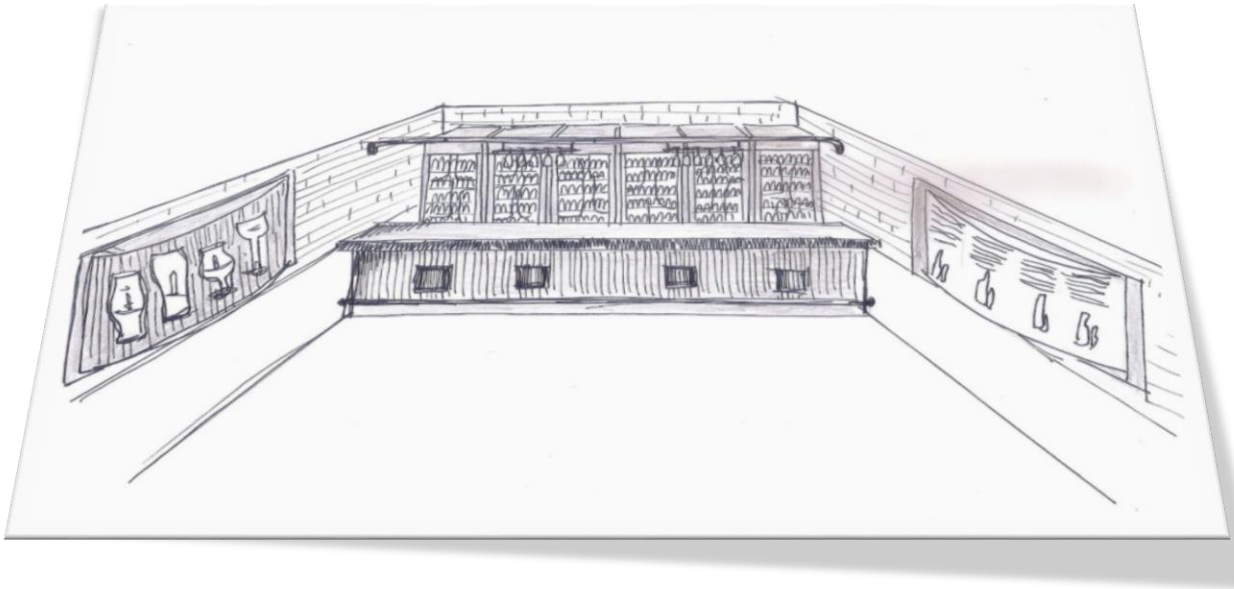
Destarte, alguns visitantes perguntavam aos monitores se a taça da degustação poderia ser levada, o que remete à segunda acepção do termo brinde. A degustação, emoldurada pela sensação do acaso, daria a impressão de que a taça era uma peça promocional, uma oferta material condicionada à compra do ingresso, o que reforça a ideia de que os visitantes se perceberiam imersos em um espaço da propaganda e do comércio de produtos, atuando de forma a ser desejada como testemunho material da experiência. O movimento dos visitantes em torno das fotografias tiradas ao lado da Bohemia da Fonte poderia ser entendido como a busca por um refúgio ilusório de que nos fala a autora, capaz de produzir identidades ou, mesmo, recuperar a identidade perdida diante de uma cultura tornada descartável na qual a marca adquire nossos sentidos. Por isso, as identidades promovidas pela indústria cultural se tornariam tão atrativas, como na degustação, sendo menos aflitivo e mais agradável escolher entre padrões prontos, como entre as variantes que compunham a leitura do cardápio, ainda que sob a ilusão da autonomia de escolha.

Para Fontanelle (2013), a questão não giraria mais em torno de se acreditar ou não na marca, bastando sentir o preenchimento da sensação do vazio ocupado por ela ao dizer quem somos e onde estamos. Dessa forma, o sujeito atual não acreditaria mais racionalmente nas imagens das marcas veiculadas pela propaganda sabendo que a

propaganda é falsa, da mesma forma que os publicitários saberiam que as pessoas sabem. Então, ela coloca algumas questões, tais quais: Se estaria tudo tão transparente, como poderia funcionar o fetiche da marca publicitária? Que prazer real a marca ofereceria ao sujeito para que ele lhe corresponda? Porque as pessoas fazem uso da imagem de marca para definir a si mesmas e aos outros? Porque, apesar da exata consciência do que a marca significa, é essa a imagem que o sujeito toma de empréstimo para significar certa experiência de vida?

Sem a pretensão de responder a essas perguntas, observamos, na análise dessa sala, que a experiência do lugar seria, em verdade, a experiência da marca Bohemia em um lugar criado pela indústria cultural, cujas estratégias do *logos* da distinção associado à lógica produtivista acionam a C&T na medida em que contribuam para justificar *habitus* de consumo de cervejas especiais, que se apresentam na degustação como um refúgio ilusório da marca apresentada como um padrão de sucesso, não havendo motivos para resistir à satisfação de desejos padronizados e voltados ao consumo, ainda que se saiba que a marca (Bohemia) é uma ilusão.

5.3.6 **Sala do ritual**



Giulia Panno

5.3.6.1 No balcão do bar: a hospitalidade da leitura do cardápio

Após a primeira degustação, os visitantes caminhavam por um corredor em cuja parede se encontrava, de um lado, repleta de caixas de madeira com garrafas de Bohemia e, de outro, dois vídeos abordavam a envase e a distribuição, respectivamente:



Figura 26. Envase e Distribuição
Fonte: acervo de pesquisa da autora

As caixas levavam o nome de cidades do país onde Bohemia Pilsen seria distribuída, sendo comum os visitantes identificarem algumas cidades, como as que habitavam, demonstrando certo entusiasmo, como se de alguma forma fossem contemplados. Também seriam reconhecidas no rótulo da garrafa, a assinatura de Henrique Kremer e a imagem de Caroline, apresentados na Sala do Mestre Cervejeiro. A cerveja Bohemia Pilsen, diferente das variantes que são produzidas em Petrópolis, é produzida em larga escala industrial em outras unidades da Ambev em diferentes regiões do país, motivo pelo qual fazem parte de uma ampla rede de distribuição. Na sequência, os visitantes passavam por um espaço em que uma parede estava repleta de propagandas de Bohemia, não deixando dúvidas que se trata de uma experiência da marca no lugar:



Figura 27. Trecho da Envase e Distribuição.
Fonte: acervo de pesquisa da autora

A Sala do Ritual se assemelha a um bar, onde ocorre a segunda degustação. Como entende Machado (1978), o bar da classe média se distingue do botequim tendendo a uma organização social mais frágil, havendo maior flutuação de consumidores e menor interação entre os fregueses, os funcionários e o dono do estabelecimento. Nesse sentido, ao pensar o contexto do CECB e observar o público, ou mesmo o valor do ingresso, poderíamos supor que essa sala se assemelha mais à ideia de um bar de classe média do que à de um botequim.

No capítulo *drinking places* (1980), Schivelbusch aponta que o bar é uma porta simbólica, os que o adentram, não importa quem, devem estar abertos à socialização. Como um local voltado à conversação, todos teriam o direito de envolver o outro, como também ser pelo outro envolvido nas propostas de sociabilidade. O bar seria, assim, um local de inversão de algumas regras sociais como a de se evitar estranhos. Entretanto, ao mesmo tempo em que o bar é um espaço de renovação simbólica, onde se subvertem normas sociais, seria um estabelecimento comercial como outro qualquer, que historicamente viria transformando a hospitalidade em produto. Se os traços de sociabilidade fariam do bar um espaço arcaico, seria também um lugar moderno enquanto um empreendimento que visa o lucro. Originalmente, o bar remontaria aos primeiros albergues, pousadas e restaurantes, de modo que na Idade Média se daria uma espécie de hospitalidade pura, um arranjo doméstico formado por uma casa comum capaz de fornecer um lugar para dormir, comer e beber. Aos poucos, porém, o entorno da lareira da casa do hóspede, antes compartilhado com o anfitrião, se desloca, junto

com a cozinha, para um cômodo à parte, separando o ambiente privado do comercial, o que ocorreria por volta do ano de 1.800.

A Sala do Ritual é separada por um balcão de bar, que, enquanto peça de mobiliário, teria o caráter privado, divisando material e simbolicamente o anfitrião de um lado (dono do bar ou comerciante) e, de outro, o hóspede bebedor (consumidor e cliente). O balcão se difundiu na forma do *american bar* na Inglaterra e nos Estados Unidos, sobretudo nas cidades industriais do século XIX, como um local em que se consumia bebidas em pé e rapidamente. Schivelbusch sinaliza a dualidade na qual o comerciante ao mesmo tempo em que exerce o papel de anfitrião, que aciona fragmentos de uma hospitalidade pura, se volta à finalidade comercial, sendo por sobre o balcão onde se dariam as trocas monetárias. Entretanto, nessa sala, não se estabelecia nenhuma negociação sobre o balcão, que ocorrera na compra do ingresso, dando a impressão de uma hospitalidade pura que seria em verdade um mito. Sobre o balcão, a taça de cerveja teria sentido único, do anfitrião (monitor) para o hóspede (visitante), o que aciona de certo modo a dimensão do idílico, quiçá, um bar ideal, onde se possa consumir sem pagar a conta, quitada, entretanto, anteriormente:



Figura 28. Sala do Ritual (o bar).
Fonte: acervo de pesquisa da autora

Ao chegarem na sala, os visitantes pegavam as taças servidas pelo monitor e dispostas sobre o balcão. Diferente da sala anterior, o monitor apresentava as características da cerveja degustada, discurso que se inspira na degustação de vinhos,

uma vez que envolve os tradicionais exames visual, olfativo e gustativo. A taça dessa sala era diferente da servida na sala anterior, sendo a haste mais alongada e o bojo maior, o que poderia contribuir para se observar de forma mais acurada as características da variante em questão a fim de se acompanhar os passos do ritual.

A partir do século XVIII, com o desenvolvimento da indústria do vidro, principalmente na região da Boêmia na Alemanha, taças e copos se tornariam populares entre os apreciadores de cerveja, o que coincide com a difusão das cervejas Pilsen que substituiriam as taças de cerâmicas em função de a translucidez do vidro realçar a cor da cerveja, clara e dourada, de modo que as cervejas *Ales*, escuras e opacas, perderiam aos poucos o espaço para as cervejas de baixa fermentação, como demonstra Morado (2009). As cervejas especiais, sobretudo no que refere ao vasto repertório das cervejas de alta fermentação, são comumente mais escuras, o que se deve a diferentes fatores como a utilização de grãos de cevada em detrimento de adjuntos como o arroz, o milho e o xarope de alta maltose, como, também, a não filtração no caso de algumas cervejas de trigo. Assim, se o amarelo brilhante do chope Bhrama figurava como signo de distinção no início do século XX, podemos considerar, ao menos no que se refere à coloração, que as cervejas mais escuras ocupam atualmente o lugar que passa a figurar como distintivo.

O primeiro passo da segunda degustação seria a observação visual da cor da cerveja possibilitada pela transparência da taça, o segundo, a identificação dos aromas e, o terceiro, os aspectos gustativos, quando, então, o ritual era encerrado seguido do desejo de saúde quando todos os visitantes saberiam o que fazer: brindar e beber. A palavra saúde compõe um painel na saída da sala, escrita em diferentes línguas, o que sinalizamos como relacionado ao caráter universalizado do ato de brindar presente em diferentes culturas. No ritual, o monitor descrevia os aspectos da variante em questão em relação à cor, ao aroma e ao sabor, enfim, os três passos do ritual. O conteúdo abordado se aproxima do texto do painel a seguir que apresenta as variantes, cada qual com uma taça específica adequada ao estilo de cerveja em questão:



Figura 29. Painel da Sala do Ritual (painel das variantes de Bohemia)
Fonte: acervo de pesquisa da autora

Entre as diferentes acepções da palavra ritual dadas por Houaiss e Villar, a entendemos nessa sala como um conjunto de regras socialmente estabelecidas que devem ser observadas em um ato solene. Os autores entendem ritual como:

> 1. Livro que contém os ritos estabelecidos por uma religião e a forma de executar as cerimônias e os serviços divinos. 2. O culto religioso, cerimônia, liturgia. 3. Conjunto dos atos e práticas próprias de uma cerimônia ritualística. 4. A etiqueta, o conjunto de regras socialmente estabelecidas que devem ser observadas em qualquer ato solene, cerimonial. 5. Comportamento repetido e sem sentido aparente, mantido por um indivíduo com o fim de aliviar a ansiedade, característico de neuroses obsessivo-convulsivas. 6. Relativo ou pertencente a rito, prática. 7. Conforme a um rito, que se assemelha a um rito (2001: 2463).

Sendo assim, o ritual se volta, então, à apresentação dos produtos da marca Bohemia, como podemos observar na descrição da variante Jabutipa do painel da sala:

> Jabutipa é uma cerveja puro malte, tipo *Indian Pale Ale* que une o amargor característico do estilo ao sabor brasileiro da Jabuticaba. Sua cor acobreada e límpida é acompanhada por um respeitável colarinho trazendo aromas da própria jabuticaba e do lúpulo generoso da receita. Encorpada, tem notas alcoólicas e maltadas, com amargor intenso e agradável (painel da Sala do Ritual sobre as variantes de Bohemia).

A adoção do termo ritual para a segunda degustação atua como uma estratégia de distinção que se assemelha aos três passos da degustação de vinhos, ainda que simplificado quando comparado, por exemplo, à ficha de análise sensorial de vinhos de Jean Carlos Bossi. A utilização do BJCP poderia se apresentar como um instrumento mais adequado à percepção das características das cervejas, podendo, entretanto, demandar uma transposição conceitual mais complexa, de um universo ainda menos

conhecido do público. A associação da cerveja ao vinho, acionada nas salas desde o mito da difusão das cervejas pelos romanos pode se referir, assim, a estratégias voltadas a um púbico que dispõe de um poder aquisitivo mais elevado e que possa, potencialmente, migrar do consumo do vinho para o de cervejas especiais.

Como entende Schneider (2015), o gosto seria a capacidade de diferenciar e avaliar práticas e produtos classificáveis e classificadores, sendo o juízo de gosto o que permitiria dar sentido objetivo às escolhas na forma do que agrada ou desagrada, do que tomamos como desejado ou indesejado. Assim, quando declaramos que não gostamos de algo, ou seja, quando o gosto individual não está de acordo com o do outro, mormente se espera que se justifique a desaprovação por meio de uma elaboração discursiva. Nesse sentido, para concluir, consideramos que a degustação se refere a uma elaboração discursiva que atua como um juízo de gosto em uma disparidade de forças do capital para com o indivíduo, confrontando a experiência sensível do visitante, pretensamente singular, aos cânones pretensamente universais, legitimados pela C&T, a fim de justificar o gosto pelas cervejas especiais de Bohemia, bem como estimular a *habitus* de consumo.

Dessa forma, se ocultaria o campo heterônomo que delimita a margem de determinação do gosto, estabelecida pela distribuição desigual dos recursos materiais e do repertório simbólico comum, em que a configuração de *habitus* de consumo diz respeito, em última instância, à posição que os indivíduos ocupam em meio às relações de trabalho, que condicionam o acesso à parte da produção posta em circulação, cujo consumo se processa em função da reprodução ampliada do capital.

Após o ritual, os visitantes seguem para uma sala com jogos onde podem interagir com diferentes aparatos e enviar os registros realizados ao longo do percurso para as redes sociais. Se no bar da experiência cervejeira era oferecida cerveja como parte do tour, ao terminá-lo, após a sala dos jogos, o visitante tinha na saída a opção de fazer compras no Empório Cave. A cave tinha um corredor na entrada, emoldurado com painéis nas paredes laterais, que abordavam o processo de amadurecimento da cerveja em barris, tal como ocorre com o vinho, dando a impressão de ainda se estar no tour, embora não mais se estivesse, pois, agora, era preciso adquirir os produtos para o consumo. No empório, seriam vendidos produtos locais, bem como diferentes rótulos de cervejas, inclusive produzidas por outras cervejarias da cidade, não apenas os da Ambev.

Dessa forma, se apresenta a reprodução do cotidiano ao qual se buscou escapar, sendo a satisfação dos desejos uma promessa rompida quando a indústria cultural volta

a oferecer como paraíso o mesmo cotidiano do qual se buscou escapar. Como atentam Adorno e Horkheimer, na base da indústria cultural, divertir-se acaba por ser uma forma de esquecer o sofrimento, mesmo quando mostrado como no *level* de cada qual, de modo que a diversão, como um prolongamento do trabalho no capitalismo tardio, seria procurada para escapar do processo de trabalho mecanizado a fim de retornar a ele. A diversão reproduz, assim, uma cópia do próprio processo de trabalho, pois "ao processo de trabalho na fábrica e no escritório só se pode escapar adaptando-se a ele durante o ócio. Eis aí a doença incurável de toda diversão" (1985: 113). Os indivíduos, como os visitantes dessa sala, seriam tomados como parte da tendência universal, reintegrados à universalidade cindida pelo caráter de classe em uma aparente liberdade de consumo que é o produto da aparelhagem social e econômica.

5.4 A CARTILHA: PARA ALÉM DO BRINDE, O FIM DA BRINCADEIRA

Ao longo do percurso das salas do CECB, não encontramos nenhuma abordagem sobre a cerveja enquanto droga, surgindo durante a pesquisa de campo algumas questões relacionadas à experiência da degustação, uma vez que não era permitida a menores de 18 anos, sendo comum a presença de crianças e adolescentes acompanhando seus familiares. De acordo com o artigo segundo do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) considera-se criança a pessoa até doze aos de idade incompletos e como adolescentes aquela entre doze e dezoito anos. Desde a primeira sala, os grupos interagiam com seus pares diante dos aparatos, tanto crianças como adolescentes podiam compartilhar a experiência com os adultos. Crianças menores, ainda que não lessem, podiam apertar os botões e se interessar pela cenografia das salas, bem como toda sorte de imagens dos aparatos interativos das exposições, que poderíamos associar a um espaço de diversão. Os familiares adultos pareciam se entusiasmar com a possibilidade interagirem com os menores como se encontrassem uma forma de chamar a atenção deles.

Na primeira sala, observamos a proeminência de aparatos interativos que chamavam a atenção tanto de crianças e adolescentes como a de adultos, sendo a sala em que comumente os visitantes permaneciam por mais tempo. O efeito das borbulhas de cerveja no chão chamava especialmente a atenção das crianças que buscavam acertá-las com os pés. Na Sala do Mestre Cervejeiro, os mais velhos poderiam explicar ou mesmo buscar adivinhar a função dos objetos semióforos aos mais jovens, considerando

a escassez de legendas ou informações sobre os mesmos. O vídeo acionado na sala, que contava uma história sobre Bohemia parecia se assemelha a um conto infantil repleto de personagens. A sala dos ingredientes se destacava não apenas pelo aspecto visual como também era possível ouvir um som que reproduzia uma espécie de cascata de água, o barulho de um moinho de grãos e ainda a experiência do sensível relacionada ao gosto. Os grãos provados poderiam acionar relações com o cotidiano, como a aveia, que pode compor o desjejum de uma criança, sendo por ela experimentados ao girar a curiosa válvula que os liberava.

Na Sala da Alquimia, a explicação dos monitores poderia se apresentar como menos atrativa para as crianças, sendo comum os pais buscarem entretê-las para evitar que fizessem barulho ou atrapalhassem a explicação, de modo que quando os grupos eram maiores se poderia ouvir um discreto "xi" como uma forma de solicitar o silêncio. A mediação guiada nos museus de C&T se apresenta como uma estratégia de abordar sobretudo aspectos mais complexos de C&T, potencialmente menos interessantes para as crianças. Na Sala da Transformação, após a apresentação do processamento de cerveja, ocorria a abertura da Bohemia da Fonte que consideramos o ponto auge do tour, ao menos para os maiores de 18 anos. Entretanto, na indústria cultural até mesmo uma criança poderia prever a anunciação do espetáculo, quando se buscava criar uma atmosfera de suspense que antecipava a surpresa. A surpresa, no entanto, não incluiria os menores, uma vez que não poderiam beber ou experimentar o exitoso ouro líquido repetidamente anunciado ao longo do percurso. Assim, o entusiasmo poderia ceder lugar à decepção uma vez que os menores de 18 anos não participavam do brinde que ocorria entre os adultos, surgindo uma espécie de partilha cindida pelo interdito etário.

O ato de brindar pode ser entendido como uma expressão de proximidade, pois a princípio não se brinda com o inimigo, mas com pessoas com as quais se compartilhe certa familiaridade. Segundo Visser (1989), no ritual homérico, os gregos se colocavam de pé com a taça cheia na mão direita e olhando para o céu derramavam o vinho rezando com os braços abertos e as taças erguidas, bebendo em seguida. O ato de brindar podia estar relacionado a *proposis*, que significa bebida anterior, de modo que quem brindava primeiro dava uns goles e passava a taça à pessoa homenageada. O presente podia ser definitivo, como no caso de um casamento, ocasião em que se utilizava uma tigela dourada para as libações oferecida do sogro ao genro, simbolizando a noiva concedida pelo pai quando, então, as duas famílias passariam a ser uma só, como o líquido do vinho.

Nos países mediterrâneos, o brinde nunca teria sido muito animado, sobretudo depois da ascensão do cristianismo. Os russos, por exemplo, quebravam os copos após o brinde como uma forma de simbolizar um juramento, pois apenas beber não seria suficiente devendo-se garantir que nenhum brinde menos digno seria feito com as taças. O costume de brindar seria reintroduzido, no século XVI, pelos germânicos, de modo que *brindare* viria do alemão *ich bringe dir's* que significa a você. Em sociedades mais hierarquizadas, a etiqueta poderia reger o ritual do brinde, determinando com quem seria possível brindar, não devendo ser sugerido o brinde a superiores, ao menos que se tivesse a certeza que o retorno estaria à altura e em pé de igualdade. No século XVII, teriam se expandido as taças e os brindes individuais. Bater um copo contra o outro simbolizaria uma forma de se fazer contato, ou seja, de lembrar que, embora o vinho estivesse separado por taças, o líquido seria o mesmo, único, devendo-se estender os braços para alcançar o outro mutuamente. O uso da taça se expandiria ainda em função de ser um instrumento esguio de refinamento que reforçava à ideia de respeito, sua difusão ocorreria mais por razões relativas ao comportamento socialmente desejável do que por justificativas mais racionais como dadas pela ciência, ainda que mais tarde essa viesse a legitimar tais costumes, como vimos em relação à maneira pretensamente adequada de se pegar na taça pela haste ou pela base.

De todo modo, a posse da taça na degustação condicionava ao brinde, ao círculo entre os quais se dava certo compartilhamento de signos de proximidade, acionando a possibilidade de se brindar ao outro e ser pelo outro brindado. O brinde parecia fazer parte da degustação de forma incorporada aos costumes, como um gesto relativamente universalizado na cultura, emoldurando a experiência que busca marcar a distinção do que seja considerado raro e refinado, enfim, daquilo para o qual se destinava o ritual de uma degustação. Na degustação, se poderia ampliar o repertório de experiências que, permitida ou não, cindiria o universo entre os maiores e os menores de 18 anos quando anunciado que os últimos não poderiam beber. A partilha poderia ser notada pelos responsáveis, sem saberem muito bem como lidar com a situação. Alguns buscariam entreter os menores ou mesmo criar uma elaboração discursiva capaz de justificar o universo cindido, sendo possível anteciparem o retorno da taça sem que tivessem terminado de beber, como uma espécie de renúncia, que os colocariam em pé de igualdade com os menores, uma vez que esses não fariam parte do espetáculo, embora pudessem observar atentos ao que se passava no ambiente. Enquanto os adultos mais entusiasmados com a degustação buscavam a melhor pose de si para o registro

fotográfico, preocupados em demonstrar o prazer do idílico espetáculo, os menores estariam de fora do ritual do brinde sem a possibilidade de brindar ao outro ou ser pelo outro brindado. Desse modo, os que não bebiam por interditos da idade ou por opção (adultos) encontrariam um lugar que lhes coubesse, o de registrar o brinde por trás da câmara. Assim, se, por um lado, o brinde inclui, por outro, exclui, delimitando fronteiras.

Poderíamos supor que a interdição etária no momento da degustação poderia gerar certa incompreensão àqueles aos quais não seria autorizado o brinde, exclusão que contrastava com a experiência que viriam tendo ao longo do percurso, em que poderiam participar de tudo e mesmo experimentar, como no caso dos grãos. Porém, na inusitada porta que se abre com o ouro líquido do Mestre Cervejeiro terminaria a brincadeira. Na segunda degustação da Sala do Ritual, observamos que, enquanto algumas crianças ficavam próximas ao balcão interessadas em escutar a fala do monitor e observar o preenchimento das taças, outras, sobretudo os adolescentes, poderiam se situar ao fundo da sala, situando-se mais distantes. Aqui, ao contrário da sala anterior, era oferecida água ou guaraná aos menores servidos em recipientes de plástico e não em taças de vidro como a cerveja. Assim, podemos imaginar que o guaraná servido na mesma taça da cerveja poderia dar a impressão de que o menor estaria consumindo cerveja por conta da coloração semelhante, o que, em uma fotografia circulando pelas redes sociais, poderia levar a uma interpretação errônea, comprometendo a imagem da empresa.

De todo modo, a taça (material) e o brinde (simbólico) passariam a significar a partilha etária que, a partir de então, dividiria o grupo. Ao longo do percurso do CECB não encontramos nenhuma abordagem sobre o consumo de cerveja enquanto droga, de modo que, em uma das exaustivas idas e vindas da pesquisa de campo, encontramos por acaso uma cartilha da Ambev que aborda o tema das bebidas alcoólicas, provavelmente esquecida por um visitante. Nesse sentido, buscamos realizar uma breve análise da cartilha a fim de encontrar respostas sobre o motivo de não ser recomendado que os menores de 18 anos bebam. Uma pergunta que, na experiência do percurso do CECB, ficaria em aberto, bem como buscamos problematizar alguns aspectos da educação sobre drogas na perspectiva da educação para autonomia.

5.4.1 **Por que os jovens não devem beber**?

A Cartilha distribuída pela Ambev no CECB aborda o álcool utilizando a imagem de personagens da turma da turma da Mônica, sendo veiculada pela Editora Maurício de Souza que, em 1996, lançou a revista *Turma da Mônica: uma história que precisa ter fim*[3] com ampla tiragem, sendo traduzida em inglês e espanhol, utilizada como material didático pelo PROERD. Acselrad e Alarcon (2014) apontam que, embora a revista seja destinada às crianças, com personagens que aparentam ter por volta de 6 e 7 anos, o conteúdo seria mais adequado ao cotidiano dos adolescentes, não trazendo informações sobre o processo de sua elaboração, como referências bibliográficas. Na capa, uma imagem que infunde medo com personagens estereotipados como o menino de óculos escuros que usa drogas e o traficante cabeludo com aparência alienígena, que usa uma capa de inverno pesada onde guarda seringas, cigarros e frascos. Assim, sugere-se que "no caso de um mau encontro (com o traficante), uma boa coelhada resolverá tudo até que a polícia chegue (...). A linguagem do medo para se chegar à erradicação da droga e a sugestão de reagir com uma coelhada é ingênua" (2014: 67). A revista estaria afinada com o modelo de prevenção e erradicação das drogas ilícitas com reduzida referência às bebidas alcoólicas, restrita a uma frase sobre acidentes de trânsito. A história da revista incorporaria um discurso baseado em uma legislação proibicionista transformada em política de governo a partir de acordos firmados por governantes em convenções internacionais a fim de concretizarem a política antidrogas, de modo que "diferenciaram de forma arbitrária as drogas em ilícitas e lícitas, privilegiando as primeiras na tentativa de sua erradicação. Ao álcool – usos e danos – restou um cuidado secundário" (2014: 84).

Ainda que recorra aos personagens da turma da Mônica e seja da mesma editora, a cartilha da Ambev se volta às bebidas alcoólicas como se anuncia no título da capa: *Papo em família: como falar sobre bebidas alcoólicas com menores de 18 anos*. Ao final, a cartilha apresenta os consultores da revista, que seriam notáveis representantes de três áreas afins: educação, medicina e sociologia. A proposta teria se baseado no manual *Como falar sobre o uso do álcool com seus filhos* elaborado pelo Centro de Informações sobre Saúde e Álcool (CISA). Em 2004, quando obteve apoio financeiro da Ambev, o CISA se tornou uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público

3 Disponível em: http://turmadamonica.uol.com.br/institut/drogas/pag1.htm. Acesso em: 12/12/2016.

(OSCIP). Tendo firmado um acordo de patrocínio financeiro com a Ambev, o CISA busca deixar claro que adota uma política de independência em relação à mesma: "houve o acordo de que o patrocínio financeiro da empresa não iria, em momento algum, significar algum tipo de ingerência no trabalho da equipe responsável pelas informações técnicas e científicas[4]".

A cartilha da Ambev seria lançada em 2013, quando o *Programa Ambev de consumo responsável* completaria dez anos. O programa seguiria as diretrizes da OMS desenvolvendo projetos como o *Jovem responsa*, o *Supermercado responsa* e o *Bar responsa* que visam estimular o consumo responsável. Assim, a Ambev "se preocupou em ressaltar, para toda a sociedade, que seus produtos são destinados a momentos de celebração e descontração, e não podem jamais ser consumidos por menores de idade, em excesso ou associados à direção" (SOUZA, 2013: 39). Desse modo, poderíamos nos perguntar se de fato haveria uma preocupação da Ambev em que os menores de idade jamais consumam seus produtos ou se essa preocupação se apresenta apenas nas ações pedagógicas formais como na cartilha.

Nesse sentido, buscamos observar como a cartilha responde a pergunta que consideramos ficar em aberto na degustação, respondendo da seguinte forma a pergunta: "Por que os jovens não devem beber?":

> Os jovens não podem beber porque ainda não conhecem seus limites. Costumam ser muito imediatistas, o passado já passou e o futuro está muito longe, querem viver o presente a qualquer custo. Não conhecem os efeitos do álcool em seu corpo e não têm maturidade o suficiente para decidir adequadamente. Além disso, o efeito do álcool no organismo de um adolescente é diferente do efeito em um adulto. O sistema nervoso central ainda está em desenvolvimento, as vias neurais são mais suscetíveis (SOUZA, 2013: 21).

Como resposta, a cartilha aponta que "os jovens não podem beber porque ainda não conhecem seus limites", porque "costumam ser muito imediatistas" e "querem viver o presente a qualquer custo". A elaboração discursiva considera os jovens de forma genérica, não levando em consideração que cada adolescente é único em suas experiências e sua história de vida. Como entende Acselrad (2015), testar a consciência sobre si faz parte da experiência humana, sendo a adolescência um momento em que fazer coisas que seriam privilégio de adultos como enfrentar desafios e ter comportamentos de risco medindo a própria capacidade faz parte do crescimento, de

4 Disponível em: http://www.cisa.org.br/texto/2/institucional.php. Acesso em: 05/12/2016.

modo que as drogas representam uma das questões entre muitas outras com os quais os jovens se deparam na adolescência. Em seguida, a cartilha discorre que os jovens "não conhecem os efeitos do álcool em seu corpo e não tem maturidade o suficiente para decidir adequadamente". Nesse sentido, conhecer os efeitos do álcool no corpo faz parte de um processo de aprendizado e de socialização como no princípio de carreira de Becker (2008), pois, para que o uso das drogas continue, é preciso antes identificar seus efeitos como prazerosos. A frase pode fazer sentido do ponto de vista legal, pois juridicamente os menores de 18 anos não respondem sozinhos pela consequência de seus atos. Entretanto, poderíamos nos perguntar se a maturidade para decidir adequadamente acometeria o jovem subitamente já nos primeiros momentos do dia em que completa 18 primaveras. Na confusão ente o falso e o verdadeiro, poderiam os adolescentes supor, ao observar exemplos da vida, como nos da própria família, que a maioridade civil não garante o uso de bebidas alcoólicas sem maiores danos. Como problematiza Aratangy (1991) sobre o conto da Bela Adormecida, não teria sido mais sábio se os pais tivessem explicado à filha o que são rocas/drogas ensinando-a a se proteger? Mas, não sabendo como lidar com as rocas/drogas, ao completar 15 anos, a princesa se fere e adormece para sempre. A última frase do trecho recorre a uma justificativa dos saberes da saúde que na educação sobre drogas mormente se apresenta como uma abordagem centrada nos efeitos da droga no corpo, sendo descrito na página seguinte os efeitos do álcool no corpo de uma criança, o caminho percorrido pelo álcool nas "fases do metabolismo".

Essa abordagem se assemelha à que encontramos em livros de ciências de química do ensino médio como o de Peruzzo e Canto (2003), que trabalha com trechos intitulados "em destaque", que, de modo geral, buscam relacionar o conteúdo de ciências ao cotidiano. A partir da fermentação alcoólica, eles discorrem de forma semelhante à da cartilha sobre os efeitos das bebidas alcoólicas no organismo. Assim, apresentam a metabolização do álcool quando absorvido pelo fígado, sua atuação no cérebro, esôfago, coração, estômago e pâncreas, abordando ainda a cirrose hepática e a dependência.

Nesse sentido, Campos (2005) considera o desafio de se abordar o tema das drogas, bem como a necessidade de se construir um conceito sobre drogas mais amplo, pois da mesma forma que a informação biológica sobre a reprodução não define se alguém pode ou não ter relações sexuais, a farmacologia dos psicoativos não deveria responder quem deve ou não usar drogas, de modo que "basear a educação sobre drogas

na farmacologia é tão pseudoconcreto quanto basear educação sexual na biologia da reprodução" (2005: 214). Da mesma forma que a educação sexual se torna mais satisfatória quando adota o conceito de sexualidade, a educação sobre droga deve buscar construir um conceito ampliado sobre drogas como o de "drogalidade", no qual se incluam a subjetividade, os valores, as normas, as representações pessoais e sociais; buscando, assim, superar reducionismos focados no objeto droga e no estereótipo do drogado, mitificado e mistificador.

Em relação aos "adolescentes e o meio social" a cartilha traz que "é importante deixar claro para eles que o normal é não consumir bebida alcoólica antes dos 18 anos. Os jovens que consomem bebidas alcoólicas são uma minoria, e seu exemplo não deve ser seguido" (SOUZA, 2013: 15). Em uma perspectiva comportamentalista, o discurso aponta que não seria normal consumir bebidas alcoólicas antes dos 18 anos, os que assim o fazem seriam uma minoria cujo exemplo não deve ser seguido, mas sim o comportamento daqueles que cumprem a lei e que, antes da maioridade civil, não consomem bebidas alcoólicas. Entretanto, a afirmação de que entre os jovens seria uma minoria que faz uso de bebidas alcoólicas na adolescência parece não estar atenta à realidade, como nos mostra o resultado do II Levantamento Nacional de Álcool e Drogas no que se refere ao consumo de álcool pelos adolescentes no Brasil, publicado um ano antes do lançamento da cartilha. Assim, em Laranjeiras et all. (2012), observamos que entre os adolescentes de 14 a 17 anos 75% são abstinentes, entendidos como aqueles que não consumiram álcool nos últimos 12 meses antes da pesquisa, ao passo que os não abstinentes, entendidos como os que fizeram uso nesse período, correspondem a 25%, enquanto que entre os adultos o percentual de abstinentes e não abstinentes gira em torno de 50% para ambos os casos. Nesse sentido, embora o percentual de abstinentes se reduza na idade adulta, o que é esperado, o consumo de bebidas alcoólicas entre os adolescentes não deve ser negligenciado tampouco tomado como uma minoria.

Ademais, como observa Ronaldo Laranjeiras, um dos organizadores do primeiro e do segundo levantamento supracitado, e Mauricio Lima[5], em entrevista ao médico Drauzio Varella, o consumo de bebidas alcoólicas entre os adolescentes no Brasil tem se apresentado preocupante. Os pais permitiriam aos filhos beber porque não verem perigo na bebida, tendo como justificativa que todos os adolescentes bebem, o que contribui

5 Disponível em: https://drauziovarella.com.br/dependencia-quimica/alcoolismo-na-adolescencia/. Acesso em: 05/03/2017.

para que se comece a beber cada vez mais cedo. Atualmente, seria comum entre os adolescentes o “esquenta”, quando se reúnem na casa de um a fim de se preparem para chegar alcoolizados nas festas. Ainda que a maioria dos adolescentes no Brasil não beba (abstinentes), os que bebem (não abstinentes) estariam consumindo em grande quantidade e com picos de consumo. No Brasil, o consumo regular na adolescência ocorreria por volta dos 14 anos, de modo que muitos pais consideram normal que os garotos bebam grandes volumes nessa idade. Alguns fatores contribuiriam para esse quadro como a propaganda dirigida ao público jovem com os produtos desenvolvidos especialmente para essa faixa etária que, apesar de mais adocicados, contêm mais álcool do que a cerveja, além do baixo preço da bebida, o fácil acesso, a precária fiscalização e a ausência de controles sociais.

Dessa forma, a depender do contexto, é bem provável que o desviante, no caso de um “esquenta”, seja o adolescente que opte por não fazer uso de bebidas alcoólicas, o que requer pensar em ações educativas que falem abertamente sobre as drogas, todas as drogas, sem relegar ao álcool um papel secundário. Algumas vezes na degustação, de forma tímida, a cerveja podia ser oferecida pelos responsáveis ao adolescente, seja como uma forma de incluí-lo ou mesmo em função de uma ação que se pretendesse educativa. O oferecimento era normalmente negado, o que nos sugere uma reação de negação ao rótulo da conduta desviante, mesmo que para molhar a boca como um passarinho e saber que gosto que tem. Poderíamos imaginar que não seria naquele momento sob os holofotes do espetáculo idílico dos adultos que o adolescente faria a experimentação, uma vez que poderia fazê-la quiçá em outras situações mais estimulantes como entre amigos e afetos, testando as fronteiras entre mente e corpo sem que lhe imprimam a alcunha de desviante. A ideia de uma normalidade pressupõe a de um desvio, sendo que “o desvio não é uma qualidade do ato que a pessoa comete, mas uma consequência da aplicação por outros de regras e sanções a um infrator” (BECKER, 2008: 22).

5.4.2 **A educação para autonomia e o dispositivo médico-legal: o paradoxo da cerveja**

A cartilha era distribuída aos responsáveis de menores de 18 anos que deviam preencher e assinar um termo de responsabilidade para a entrada do menor, o que nos leva a pensar que a Ambev busca se resguardar de possíveis implicações penais, pois o

art. 243, da Lei n. 8.069/1990[6], do ECA estabelece que é proibido "vender, fornecer, servir, ministrar ou entregar, ainda que gratuitamente, de qualquer forma, à criança ou ao adolescente, bebida alcoólica ou, sem justa causa, outros produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica", tendo como previsão de pena a "detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa, se o fato não constituir crime mais grave". Dessa forma, a elaboração do discurso sobre bebidas alcoólicas nas ações pedagógicas formais da Ambev, tanto na cartilha quanto no CECB, se constituem na medida em que respondam à tensão sobre o dispositivo médico-legal que proíbe o consumo de bebidas alcoólicas a menores de 18 anos, o que acaba por limitar seu potencial educativo como no que se refere a desconsiderar que os adolescentes fazem uso de bebidas alcoólicas antes dos 18 anos. Assim, é notório que a cartilha não se refere às bebidas alcoólicas como drogas, de modo que, a única vez que cita o termo droga, o coloca em categoria separada da do álcool, como se as bebidas alcoólicas não fossem drogas, conforme sublinhamos na frase do trecho a seguir:

> O objetivo deste material é ressaltar a importância e a eficácia do diálogo entre pais, familiares e jovens. As crianças têm nos pais uma de suas principais referências de comportamento e por isso é muito importante estabelecer, desde a infância, um canal de comunicação com elas. Dessa forma, temas como consumo do álcool, sexo e drogas não se tornam tabus dentro de casa. (SOUZA, 2013: 3).

Assim, ao evitar associar as bebidas alcoólicas às drogas, e até mesmo construir uma elaboração discursiva que dá a entender que as bebidas alcoólicas não seriam drogas, a cartilha deixa de aprofundar os riscos. Abordagem que poderia trazer informações essenciais para se evitar danos, o que se refere ainda a admitir que muitos adolescentes fazem uso de bebidas alcoólicas ainda que não da mesma forma ou pelos mesmos motivos. Essa ausência na cartilha e também no CECB se refere a uma resposta diante da tensão sobre o dispositivo médico-legal do ECA. Ao tomar o modelo da abstinência como o único possível, a cartilha deixa de abordar informações capazes de reduzir danos, de modo que os adolescentes que fazem uso de bebidas alcoólicas ficam fora de seu projeto educativo. Para Acselrad (2005), a educação para autonomia na educação sobre drogas dialoga com a abordagem da Redução de Danos (RD), entendida como aquela que não impõe a abstinência por reconhecer que a decisão do uso se dá no âmbito privado, o que não implica em pregar a permissividade, mas compreender que

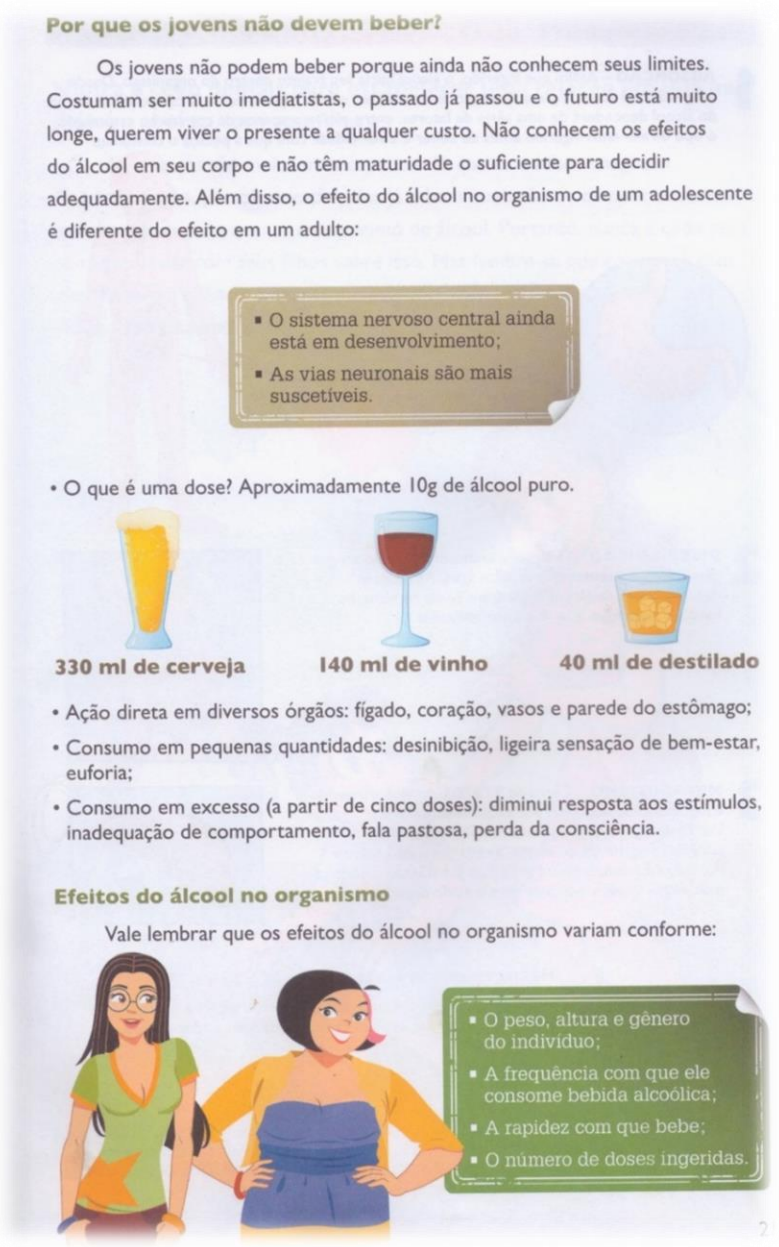
6 Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm. Acesso em 04/04/2017.

educar para autonomia requer se desfazer da pretensão de impedir a experiência do uso, buscando tornar o indivíduo capaz de reflexão e ação protetora de si e de seu entorno.

No caso das bebidas alcoólicas, a abordagem do beber pesado, episódio conhecido como *binge drinking*, pode ser utilizado como uma ferramenta da RD para refletir sobre o uso de bebidas alcoólicas a fim de fornecer informações com potencial para se evitarem danos e situações de risco. Para determinação do beber seguro, criou-se o conceito de unidade de álcool que significa a ingestão de aproximadamente 10 gramas de álcool puro. Esta quantidade varia de acordo com a bebida, sendo de modo geral obtida por um copo de 250 ml de cerveja, uma taça de vinho de 90 ml ou uma dose de destilado de 25 ml com variações como em relação ao gênero.

Segundo Alarcon (2012), a capacidade média de metabolização do álcool no corpo é de 25 ml a 40% de hora, de modo que se recomenda manter uma quantidade de 7 a 14 unidades semanais para mulheres e de 14 a 21 para homens, não devendo exceder esses valores em tempo curto, por exemplo, não consumir em um só dia. A metabolização de padrões mais elevados é o que leva às doenças relacionadas ao uso nocivo e à dependência. As enzimas hepáticas responsáveis pela metabolização do álcool são encontradas em quantidade variável de acordo com características individuais, de modo que uma pessoa que possua menos desidrogenase (ADH) e aldeído desidrogenase (ALDH) no fígado formará maior quantidade de acetoaldeído, um produto tóxico para o organismo. De modo geral, as mulheres possuem menos dessas enzimas se intoxicando mais facilmente do que os homens. O beber pesado em um único episódio, embora varie em função de cada indivíduo e do teor alcoólico da bebida, prevê que o acúmulo de 50g a 60g de álcool no organismo significa uma condição de risco, alcançada mediante a ingestão de aproximadamente cinco unidades de dose.

Nesse sentido, a cartilha acena de forma tímida para uma abordagem do *binge drinking* no que se refere à significação da unidade de álcool apresentada a partir das diferentes bebidas alcoólicas. Ainda que advirta que os efeitos do álcool no corpo variam em relação ao peso, à altura, ao gênero e à velocidade de ingestão da bebida, considera como consumo excessivo aquele feito a partir de cinco doses de álcool, o que pode levar a uma interpretação errônea, uma vez que esse parâmetro se refere ao consumo feito por adultos e não por adolescentes, conforme a seguir:



Por que os jovens não devem beber?

Os jovens não podem beber porque ainda não conhecem seus limites. Costumam ser muito imediatistas, o passado já passou e o futuro está muito longe, querem viver o presente a qualquer custo. Não conhecem os efeitos do álcool em seu corpo e não têm maturidade o suficiente para decidir adequadamente. Além disso, o efeito do álcool no organismo de um adolescente é diferente do efeito em um adulto:

- O sistema nervoso central ainda está em desenvolvimento;
- As vias neuronais são mais suscetíveis.

• O que é uma dose? Aproximadamente 10g de álcool puro.

330 ml de cerveja **140 ml de vinho** **40 ml de destilado**

- Ação direta em diversos órgãos: fígado, coração, vasos e parede do estômago;
- Consumo em pequenas quantidades: desinibição, ligeira sensação de bem-estar, euforia;
- Consumo em excesso (a partir de cinco doses): diminui resposta aos estímulos, inadequação de comportamento, fala pastosa, perda da consciência.

Efeitos do álcool no organismo

Vale lembrar que os efeitos do álcool no organismo variam conforme:

- O peso, altura e gênero do indivíduo;
- A frequência com que ele consome bebida alcoólica;
- A rapidez com que bebe;
- O número de doses ingeridas.

Figura 30. Cartilha Papo em Família

A cartilha não aborda os diferentes tipos de uso de drogas, como o esporádico, o recreativo, o social, o abusivo ou o uso nocivo, tampouco a intensidade de uso do álcool como: bebedor frequente pesado, bebedor frequente, bebedor menos frequente, bebedor não frequente e abstêmio. A intensidade de uso de álcool pode ser mensurada em quantidade-frequência. A categoria de bebedor frequente pesado (ou uso frequente pesado) refere-se à ingestão de 5 ou mais doses de álcool, 1 ou mais vezes por semana; segue-se o bebedor frequente (uso frequente), com consumo de 5 ou mais doses pelo menos uma vez por ano, podendo ou não chegar a esse consumo uma vez por semana; o bebedor menos frequente (uso ocasional) é aquele que bebe de 1 a 3 vezes por mês,

podendo ou não consumir 5 ou mais doses nessa(s) ocasião(ões); o bebedor não frequente (ou que usa raramente) bebe menos de 1 vez por mês e não consome 5 ou mais doses; por fim, a categoria dos abstêmios se refere a nunca ter feito uso de álcool ou que usou menos de 1 vez ao ano. (LARANJEIRAS et all., 2012).

Abordagens como essas, poderiam soar incômodas ou até mesmo como um incentivo, pois levaria a se admitir ao contrário do que prevê o dispositivo médico-legal de que o adolescente pode vir a fazer uso ou faz uso. Dessa forma, a cartilha reduz a problemática e considera a existência de dois tipos de uso: o "consumo em pequenas quantidades" e o "consumo em excesso", que se daria a partir da ingestão de cinco doses, aprofundando ao final da cartilha: "Quando é preciso pedir ajuda" e "tratamento" (SOUZA, 2013: 36-37). Como na questão apontada por Silva e Delduque (2015) sobre a existência de uma confusão semântica entre uso, abuso e dependência, a cartilha não discerne as diferentes formas de uso das bebidas alcoólicas. Ao adotar um discurso que se assenta em uma visão dicotômica do consumo não aborda a frequência do uso, focando na quantidade, o que tende a reforçar uma visão segundo a qual o consumo em excesso em um único episódio de uso poderia levar ao abuso e à dependência, contribuindo para a patologização do uso e do usuário.

A cartilha seguiria as orientações para as diferentes faixas etárias apoiadas no *Modelo Éduc'alcool/CISA + Family Talk Guide Anheuser – Busch Inbev*. (2013: 30). Nas últimas páginas, ao discorrer sobre o *Programa Ambev de consumo responsável*, se observa a imagem de um adulto que lembra a de um professor ou palestrante, que em uma espécie de sala de aula, situada entre a logomarca da OMS e a expressão Consumo responsável, fala para uma plateia formada por adultos e adolescentes atentos a escutá-lo.

A referência à OMS se apresenta, assim, mais em função de conferir legitimidade à cartilha do que como uma estratégia que aciona os saberes médicos como o *binge drinking* para o beber seguro, ainda que essa abordagem isoladamente possa incorrer em um reducionismo focado no objeto droga, se afastando da construção de um conceito mais ampliado como o de "drogalidade" acenando, entretanto, para uma abordagem de informações úteis no contexto da RD. Consideramos que essa limitação diz respeito à tensão sobre o dispositivo médico-legal em se falar abertamente sobre o uso das bebidas alcoólicas enquanto drogas, de modo que desde o início do século XX, a indústria da cerveja busca se diferenciar de outras bebidas como, as destiladas e, mais recentemente, das drogas tornadas ilícitas, uma vez que a guerra às drogas tem

assumido um papel de destaque nas políticas públicas sobre drogas no país relegando ao álcool um papel secundário.

Assim, a cartilha se esforça para ocultar que as bebidas alcoólicas são drogas, nem mais e nem menos nocivas do que as duplamente drogas ou até mais nocivas no que se refere ao consumo dependente do álcool se configurar como o maior problema de saúde pública no campo das drogas no Brasil. Como considera Campos (2005), embora as drogas sejam tidas como elementos patológicos da sociedade, são, na realidade, elementos dela constituintes, sendo patológico ou não, a relação que as pessoas estabelecem com as drogas. Vale lembrar quando Acselrad (2015) responde à pergunta de adolescentes sobre qual droga seria mais perigosa, sendo perigosa aquela com a qual se tem um uso problemático ou aquela à qual se desconhece a toxidade, de modo que o uso de qualquer droga possui riscos, não estando o problema da droga na substância em si, mas relacionada a um conjunto de fatores como a personalidade, o produto, o meio e o momento em que se vive. Ademais, como considera Alarcon (2015), cada indivíduo em um contexto particular reage de forma diferente à droga, o que hoje pode ser considerado leve, amanhã pode se tornar pesado para a mesma pessoa, sendo que quem experimenta uma droga pela primeira vez ou mesmo quem usa habitualmente pode não ter maiores problemas se o uso não compromete suas atividades, seus afetos, seu trabalho, enfim, sua vida em geral.

Ainda que a cartilha busque problematizar o uso das bebidas alcoólicas por menores de idade, ao longo do percurso das salas do CECB em nenhum momento se abordam os riscos inerentes ao consumo de cerveja. Dessa forma, o visitante que tenha mais ou menos de 18 anos, não importa, estaria imerso em um contexto no qual se glamouriza a cerveja sem um único aparato, entre tantos, que discorra sobre os riscos inerentes ao uso, riscos que, embora sejam pequenos no caso de se tornar um uso problemático, existem e não devem ser negligenciados. Não podemos esquecer que as drogas mais usadas e as que causam maior dependência no país são as de uso tolerado, o álcool e o tabaco, de modo que diferente do tabaco, do vinho e dos destilados, a cerveja goza de um lugar privilegiado no que se refere às restrições à propaganda na lei 9.294, não sendo a cerveja entendida como bebida alcoólica. Entretanto, a relação estabelecida pelo indivíduo com a bebida, a frequência de uso e a quantidade de ingestão medida por unidades de álcool podem levar ao uso problemático, o que ocorre independentemente do tipo de bebida, ainda que seja possível que, no uso dependente, o usuário aumente o

teor alcoólico da bebida tendo em vista o desenvolvimento do sintoma da tolerância, o que pode estar relacionado ainda ao baixo custo de bebidas como a cachaça no Brasil.

Como aponta Contier (2009), os museus de C&T possuem dificuldade em abordar temas CTS como também em significar assuntos mais complexos nas exposições a fim de problematizar as relações entre ciência, tecnologia e sociedade, de modo que assuntos polêmicos e controversos apresentariam mais condições de abordar essas relações, trazendo alguns exemplos de exposições de museus de ciências no Canadá que corresponderiam à emergência de nova classificação de museus: as exposições críticas. Para exemplificar as exposições críticas, a autora destaca a exposição *Mine Games* do *Science World Museum* de Vancouver que apresenta vídeos e simulações sobre a construção de uma mina, sendo expostos diferentes os interesses em jogo, como a geração de empregos de um lado e os impactos socioambientais de outro, devendo os participantes trocarem opiniões e debaterem a fim de alcançar um consenso, sendo a discussão facilitada por um monitor. Outra exposição seria a *The Question of Truth* do *Ontario Science Center* de Toronto, que explora temas relacionados à natureza da ciência com o objetivo de demonstrar como as ideias são construídas, colocando em pauta o contexto sociopolítico que influencia as decisões, abordando temas controversos sobre ciência, raça e preconceito, capaz de despertar reações passionais e até mesmo sensações de incômodo e desconforto entre os visitantes.

Entretanto, uma das principais limitações em relação à produção da controvérsia nas exposições seria a esfera institucional e a relação com os financiadores, pois quanto mais em evidência estiver o museu mais controladas tenderiam a ser as exposições. Nesse sentido, podemos considerar que o tema das bebidas alcoólicas enquanto drogas no CECB se apresenta com grande potencial educativo para abordar a educação sobre drogas por ser um tema tabu, controverso tanto do ponto de vista moral quanto do científico no que se refere às diferentes abordagens sobre o tema no campo da saúde. No entanto, em função da tensão sobre o dispositivo médico-legal e os interesses da Ambev em estimular ações que levem, em última instância, ao consumo de seus produtos e que não prejudiquem o crescimento e a concentração do capital, o potencial de se abordar uma educação sobre drogas que aponte para um processo de politização do uso como a partir da educação para autonomia apresenta limitações.

Se, por um lado, consideramos que a elaboração do discurso da cartilha se dê em função de manter o lugar privilegiado que goza a cerveja na propaganda, por outro, devemos reconhecer que está em curso no cenário político brasileiro atual a emergência

de tendências conservadoras que acenam para o recrudescimento dos direitos humanos como no que se refere à liberdade e à igualdade, o que incide sobre a partilha moral entre as drogas lícitas e as tornadas ilícitas. É importante sinalizar, a partir de Delduque e Silva (2015), que as proposições legislativas no campo da saúde têm levado a um processo de penalização e de patologização do uso de drogas por meio da confusão semântica, se apresentando como uma cruzada moral que ressaltamos não se referir tão somente às drogas ilícitas, sendo recorrente nos exemplos trazidos pelos autores projetos de lei de cunho proibicionista em relação às bebidas alcoólicas.

Embora Bourdieu e Passeron, em *A reprodução* (1975), tenham questionado a centralidade da indústria cultural na formação do *habitus*, atribuindo, primeiro, à família e, segundo, à escola uma posição de antecedência determinante; Schneider (2015) considera que atualmente ambos seriam secundários, funcionando como elos de transmissão da ação pedagógica opressora das ITCs que atuam nos planos ideológico, psíquico (afetivo/emocional) e econômico em função da reprodução ampliada do capital. As ITCs operariam tanto de forma direta, mediante o estímulo ao consumo de bens simbólicos, quanto indireta, por meio do aparelho ideológico na captura e na formação do gosto.

Dessa forma, se, de um lado, a Ambev acena com um discurso proibicionista aos menores de 18 anos nas suas ações formais, como no projeto *+ID* e *Regra é clara, menor de idade não pode beber*, da Brahma, estrelada pelo ex-jogador Cafu, chegando a doar 100 mil aparelhos de bafômetros ao poder público, por outro, atua por meio das ITCs no plano ideológico e psíquico associando a cerveja à juventude, ao esporte, ao sucesso e às figuras públicas, o que de certa forma também ocorre no CECB na medida em que glamouriza a cerveja sem abordar os riscos inerentes a esse consumo. Assim, tanto no CECB quanto na cartilha estaria prescrita a fórmula mágica da ação pedagógica proibicionista que responde ao dispositivo médico-legal (ECA), se apresentando como uma abordagem reducionista inserida na perspectiva da educação bancária sobre drogas. Dessa forma, ao tomar a abstinência como dada e indiscutível antes dos 18 anos, a cartilha deixa de aprofundar os riscos inerentes ao uso das bebidas alcoólicas, como se o adolescente não pudesse encontrar a qualquer momento em seu caminho a oportunidade de usar drogas, como em um "esquenta", perdendo a oportunidade de saber mais para se proteger.

Enfim, é preciso assegurar que a cerveja continue a ser percebida como uma bebida diferente das demais e distante do perigo que representam as drogas ilícitas,

como se as bebidas alcoólicas fossem menos drogas do que aquelas tidas como duplamente drogas, discurso que se apoia na partilha moral entre as drogas lícitas e ilícitas, o que se trata de um mito. Assim, se reforça o paradoxo no qual ao mesmo tempo em que o uso das bebidas alcoólicas é proibido a menores de 18 anos nas ações pedagógicas formais da Ambev, também se incita o uso da cerveja de forma glamourizada por meio da indústria cultural não salvo, entretanto, nesse último caso, os menos de 18 anos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A fim de suplantar os mitos erráticos, o esclarecimento se apresenta na teoria de Adorno e Horkheimer como o marco inicial ou intermediário da configuração da racionalidade ocidental que incide sobre a ruptura entre natureza e cultura e entre corpo e mente, o que nos propusemos a problematizar a partir do contexto do capitalismo contemporâneo na educação em ciências e saúde. As bebidas alcoólicas possuem intrínseca relação com as técnicas, surgindo como um imperativo inalienável da alimentação, de modo que o vinho se apresenta como um caso emblemático para a compreensão da origem do esclarecimento no que se refere ao lugar central que adquire enquanto signo de civilização, opondo-se, a partir da cultura greco-romana, às bebidas e aos usos de outros povos que passam a figurar como bárbaros.

O termo gosto comporta em sua gênese a dupla acepção do que se refere ao mesmo tempo ao saber e ao sabor, o que associamos a existência de um *lógos* esclarecido, que se sobrepõe aos mitos, buscando dominar a natureza inculta, afastando paulatinamente o que viesse de fora, como a dimensão da magia na espera da colheita vindoura. É nesse contexto que no choque entre culturas contrapõem-se diferentes estilos de vida, regimes alimentares e usos etílicos, de modo que, entre os fatores que fazem com que o vinho continue a figurar como uma bebida superior à cerveja ao longo da era medieval, sublinhamos a atuação do esclarecimento.

No desenvolvimento das técnicas de agricultura que possibilitaram a adaptação da videira ao *terroir*, o esclarecimento incide sobre a ruptura entre natureza e cultura, que contribui para a configuração do lugar valorativo que adquire o vinho associado à técnica. Naquele momento, o sistema de produção estava intrinsecamente vinculado à terra, de modo que as técnicas corresponderiam não apenas à possibilidade da produção físico-material do vinho, como figurava o ordenamento de um sistema de valores capaz de conferir sentidos sócio-históricos relacionados à distinção, que se apresenta por meio de disposições incorporadas não menos intercorpóreas, como no ideal da temperança apolínea.

O cultivo de grãos, que deu origem à cerveja dos povos da Europa central e nórdica, não demanda tantos cuidados como o cultivo da videira que, associado às técnicas da agricultura, passa a prever e nomear a natureza, se apresentando sob uma nova roupagem mítica como um *logos* da distinção que reitera a dominação. Enquanto uma racionalidade ocidental, não seria de se estranhar que em culturas não ocidentais, o

consumo de bebidas advindas da coleta pudesse representar um signo de distinção, a exemplo do vinho de palma. De acordo com Fernandes (2004), entre alguns povos africanos, o vinho de palma era socialmente valorizado e reservado às elites, diferente do lugar secundário que outras bebidas advindas da coleta, como o hidromel, usufruídas na Europa. No caso da cerveja, sua produção não requeria, da mesma forma que o vinho, o advento de um saber-sabor conferido pela técnica, de modo que o primeiro confere distinção ao segundo na configuração do gosto.

A Cadeia do Ser poderia ordenar a alimentação de forma inteligível a partir de um código hierárquico material que refletia a ordem social. A teoria humoral investia no caráter terapêutico do vinho a fim de equilibrar as temperaturas aos temperamentos do corpo humano. No entanto, a partir da revolução científica, ao passo que a ciência moderna avança, essas teorias perdem paulatinamente a centralidade, passando a representar uma fonte de angústia mítica do esclarecimento. É quando se afrouxam os laços entre a cozinha e a dietética hipocrático-galênica, que as normas de comportamento buscam nomear o gosto dando sentido a *habitus* que encontraram no classicismo uma forma de expressão mais acabada do esclarecimento no *bon goût*. Assim, o saber-sabor que incide sobre um *logos* de alcova reitera a ruptura entre corpo e mente, com o ordenamento do corpo em função da mente, o que estaria presente desde os gregos, uma vez que a temperança deveria reger as relações entre a mente e o corpo, sendo Dioniso reconfigurado nos *sympósios* e incorporado como o deus da sábia medida.

Se a alta gastronomia, enquanto um saber organizado em torno das técnicas de preparo e cocção dos alimentos, bem como dos saberes adequados à sua apreciação, sobrepõe-se em um primeiro momento à culinária rústica, atualmente, para Poulain (2013), a alta gastronomia e culinária rústica figurariam lado a lado em contraposição à alimentação industrializada. Na primeira metade do século XX, no Brasil, as cervejarias industriais de baixa fermentação, signo do progresso científico e tecnológico, suprimiram paulatinamente as cervejarias de alta fermentação de produção artesanal ou manufatureira. Entretanto, no contexto atual esse quadro se inverte tendo em vista que as cervejas especiais, em grande parte de alta fermentação, estariam para a alta gastronomia contrapondo-se às cervejas de baixa fermentação produzidas em larga escala industrial. Embora ao longo dos processos sociais a cor da cerveja enquanto signo de distinção passe do ouro líquido para o ouro turvo, o que permanece se refere à atuação do *logos* esclarecido em que os saberes técnico-científicos, como a partir dos

critérios de qualidade dos ingredientes e das técnicas empregadas na produção, fornecem uma elaboração discursiva sobre juízos de gosto capaz de justificar a distinção.

É, entretanto, o modo de produção que nos permite associar as cervejas artesanais à culinária rústica, pois, ainda que as cervejas artesanais se apresentem como cervejas especiais, nem todas as cervejas especiais são produzidas na lógica artesanal ou manufatureira, podendo essas fazerem parte de uma lógica produtivista na qual o capital atua em escala global. Embora não tenhamos nos debruçado sobre a emergência ou ressurgimento de iniciativas como a de produzir cerveja de maneira artesanal em casa, ou, de forma manufatureira, em um pequeno negócio, apontamos para que as escolhas do gosto nos colocam diante dos produtos relacionados a diferentes lógicas de desenvolvimento, como os que acenam para usos da C&T que atuam na aproximação do indivíduo com o alimento por ele consumido, o que pode ser pensado a partir da perspectiva das tecnologias sociais.

Compreender a dimensão das cervejas dos povos nativos do Brasil, como dos tupinambás, nos serviria, quiçá, como uma fonte de inspiração antropofágica. As cauinagens estariam intrinsecamente relacionadas à cultura, acenando para o controle social do uso das bebidas alcoólicas, que dizia respeito a experiências potencialmente mais harmônicas do que aquelas que o *logos* apolíneo da temperança jesuítica viria a instaurar, servindo à dominação. O vazio etílico deixado pela extinção das cauinagens seria ocupado pela cachaça, uma bebida mais potente, utilizada no lucrativo comércio mercantil, que nos inseriria na embriaguez moderna.

A preferência pretensamente nacional do gosto do brasileiro pela cerveja é historicamente recente, não possui mais de cem anos, de modo que as cervejarias industriais buscariam atuar desde sua origem sobre os dispositivos que regulam a produção, circulação e divulgação de seus produtos. Se na primeira metade do século XX, no Brasil, a nascente indústria de cerveja opta pela circulação de cervejas de baixa fermentação, movida pelo interesse de colocar no mercado uma bebida menos alcoólica diante dos tensionamentos pró-temperança; no século XXI, o crescimento do mercado das cervejas especiais não passa desapercebido pelas grandes cervejarias, de modo que Bohemia, e suas variantes, pouco se diferenciam em teor alcoólico das cervejas de massa, podendo da mesma forma serem veiculadas pela propaganda.

Nosso campo de pesquisa, o CECB se aproxima das características dos museus de ciências da segunda geração no que se refere ao culto ao progresso científico e tecnológico industrial, dizendo respeito, mais precisamente, às exposições universais

pela ênfase conferida à exposição e ao comércio de produtos industriais. Ainda que o uso das bebidas alcoólicas enquanto drogas se apresente como um potencial tema para abordar a controvérsia nos MCCT, nenhum aparato se ocupa dos riscos inerentes ao uso da cerveja. Essa questão surge de forma mais proeminente no decorrer da pesquisa quando o critério etário passa a acionar no brinde tanto a dimensão da sociabilidade do que inclui quanto do que exclui, quando, ao menos para alguns, termina a brincadeira.

A educação sobre drogas na perspectiva da educação para autonomia nos coloca diante da necessidade de serem resgatados os diferentes usos das drogas ao longo do tempo, historicamente situados, bem como abordar todos os tipos de drogas como os agrotóxicos e os remédios de uso controlado. Esses, segundo Vargas (2001), contribuem para o paradoxo de nossos tempos, o dispositivo das drogas, no qual se reprime o uso de algumas drogas ao passo que nunca se incitou tanto o uso de outras relacionadas à invasão farmacêutica. No caso da cerveja, o paradoxo se apresenta na medida em que, por um lado, se incita o uso na condescendente regulamentação sobre a propaganda ao passo que, por outro, se reprime com rigor o uso feito pelo indivíduo nas leis de trânsito.

Adotar um ponto de vista que não restrinja o uso das drogas ao lugar do recalcado, se apresenta como um embate epistemológico para as ciências, sendo as drogas na sociedade um tema tabu que nos coloca diante do desafio de falar abertamente sobre drogas, sobretudo a pensar a educação sobre drogas. As bebidas alcoólicas, diferentes de outros alimentos, portam a dimensão da embriaguez que aciona os interstícios em que se tornam menos nítidas a partilha entre corpo e mente, uma fonte de angústia mítica para o esclarecimento, uma vez que não se situa nem de um lado, tampouco de outro da ruptura que marca a configuração da racionalidade ocidental. Ainda que o uso dependente possa representar um sinal de mal-estar no mundo, como uma tentativa de restabelecer um equilíbrio anteriormente perdido, o uso de drogas diz respeito a *habitus* do retorno do e ao alterado, que faz parte de um processo social de aprendizado, no qual é preciso identificar como prazerosos os efeitos da droga para que o uso continue, o que requer considerar a não menos importante dimensão das redes de sociabilidade.

Os resultados da pesquisa de Vargas (2001) contribuem para a educação sobre drogas na medida em que evidencia que praticamente todos fazemos uso de algum tipo de droga ao longo da vida, embora não de todas e nem da mesma forma, o que se configura por meio de agenciamentos coletivos de perfis sociais distintos em torno do uso de diferentes drogas. A partilha moral entre as drogas lícitas e ilícitas que sustenta a

guerra às drogas tornadas ilícitas no Brasil, fazendo parte de acordos firmados em políticas internacionais, que movem importantes esforços e recursos que pouco contribuem para um processo de politização sobre o uso das drogas, acabando por relegar ao consumo do álcool uma atenção secundária, seguindo a cerveja vibrante nas propagandas de televisão. Enquanto a dependência de álcool se apresenta como o maior problema de saúde pública no campo das drogas no país, diferente do tabaco, do vinho e das bebidas destiladas, a cerveja usufrui de um lugar privilegiado nos veículos de comunicação de massa.

É nesse sentido que observamos que se, por um lado, a Ambev atua por meio da ação pedagógica opressora e difusa da propaganda em que glamouriza a cerveja associada à figuras públicas, ao sucesso, ao esporte, bem como aos efeitos apelativos da sensualidade feminina, de outro, nas ações formais, como na Cartilha, adota um discurso proibicionista do uso para menores de 18 anos, o que se refere a uma solução encontrada diante dos dispositivos que regulam e alimentam sua atuação, revelando, ainda, o interesse de manter ações que contribuam direta ou indiretamente à acumulação do capital. O risco, aqui, se refere a não falar sobre drogas, sobretudo não considerar que as bebidas alcoólicas, como a cerveja, são drogas, nem mais e nem menos perigosas do que as duplamente drogas, uma vez que o problema da droga não está na substância em si, mas na relação estabelecida com a droga em contato com corpos vivos, o que requer pensar o indivíduo na cultura, no contexto socioeconômico, no momento e na história de vida.

A cartilha, por sua vez, se assenta em uma abordagem comportamentalista que parte da ideia de uma normalidade em que a abstinência para menores de anos de 18 anos é tomada como verdadeira, ainda que permeada de contradições. Assim, deixa de aprofundar os diferentes tipos de uso e os riscos inerentes ao consumo de bebidas alcoólicas, informações importantes para se reduzirem danos. Essa limitação se refere a um posicionamento diante dos tensionamentos sobre os dispositivos médico-legais, como os do ECA, uma vez que uma abordagem pormenorizada dos diferentes tipos de usos e da redução de danos poderia dar a impressão de que se admite que, antes da maioridade civil, se faz uso ou se pode vir a fazer uso de bebidas alcoólicas. Entretanto, os últimos levantamentos sobre drogas no país apontam para que os adolescentes fazem uso de bebidas alcoólicas, um tipo de uso que tem se apresentando como preocupante, de modo que a cartilha pouco contribui para uma educação sobre drogas em que se possa saber mais para se proteger, como sugere Acselrad.

Tendo em vista uma cruzada moral em curso no Brasil que tende a patologizar o uso das drogas, as cervejarias têm, de fato, motivos para se preocuparem com os dispositivos que incidem sobre os seus negócios. Entretanto, a ausência de uma abordagem sobre os riscos do uso da cerveja no CECB contribuiu para que se vanglorie o consumo, o que coloca em questão a dimensão ética das ações formais da Ambev. Apesar de o tema das drogas apresentar o potencial de gerar questões controversas nos MCCT, essa dimensão se restringe diante dos interesses do capital.

Como sinaliza Contier (2009), a ausência de abordagens CTS nas exposições dos museus de C&T, como na perspectiva das exposições críticas, se refere não apenas à dificuldade museológica em significar temas mais complexos, como também, muitas vezes, não é esse o foco da exposição, como consideramos não ser o do CECB. É nesse sentido que destacamos a relação que guardam as exposições com os patrocinadores, de modo que, em quanto mais evidência estiver o museu, mais controladas tendem a ser as exposições, o que se apresenta como uma questão para a educação em ciências e saúde que tange às relações público-privada no universo dos MCCT diante do contexto das transformações no modo de pensar, produzir e divulgar a C&T no capitalismo contemporâneo.

Nessa perspectiva, a elaboração discursiva do CECB constrói uma imagem da marca que a situa em uma temporalidade que busca justificar uma pretensa autenticidade, como se ao consumir Bohemia se estivesse optando pelo idílico cenário da alquimia medieval, a junção entre magia e ciência e, não, a forma-imagem de uma mercadoria que é o resultado mais palpável de uma ciência e tecnologia positivista que faz parte de um processo de inovação da lógica produtivista de ampliação do capital.

Os usos mais significativos da cerveja no Brasil surgem associados à expansão da indústria cervejeira que, por meio da conversão tecnológica conferida pelo investimento de capitais, passa a produzir em maior escala e com menores custos. Na primeira metade do século XX, marcada pelo salvacionismo no progresso científico e tecnológico, a cerveja industrial de baixa fermentação adquire um lugar social valorativo inscrito nos *habitus* de uma elite cunhada aos moldes da *belle époque*, o que refletia os diferentes agenciamentos coletivos e as contradições de classe em torno do uso das bebidas alcoólicas na configuração de uma geografia do lazer na cidade do Rio de Janeiro.

O costume de “tomar uma cervejinha” estupidamente gelada, como sugere a propaganda, se refere a uma disposição incorporada que se revela como o resultado de

um intrincado processo social que ocorre em determinada estrutura. Nela, o capital atua de forma heterônoma na formação do gosto e do *habitus* que confere sentido às práticas sociais inscritas na dimensão estruturante do indivíduo e da coletividade na cultura. Assim, estariam em jogo elementos que operam no plano psíquico, afetivo e emocional, que apontam que, apesar de tecnicamente inferior, as cervejas das marcas do mesmo talvez não façam tanta diferença assim, se entendidas como o que comporta a dimensão do que inclui, como quando se coloca mais água no feijão, servido no chão, a mesa está posta, saltando uma cerveja estupidamente gelada para um batalhão, como sugere a feijoada completa de Chico Buarque. Como na abertura do corpo ao mundo da mesa grotesca de que nos fala Bakhtin sobre o banquete de Rabelais, se dispensariam as distâncias hierárquicas que libertam do medo e da piedade, quando da oportunidade de não sermos engolidos pelo mundo, o engolimos, bebendo-o como uma boca aberta que celebra o triunfo vitorioso da vida sobre a penúria em um movimento de renovação, sendo que as cervejas de massa podem ainda significar um consumo distintivo para camadas mais baixas da população em substituição à cachaça.

No que se refere à dimensão da estrutura, ao longo do século XX, a indústria cervejeira passa a se caracterizar como um mercado oligopolizado com elevados investimentos em propaganda, que se configura como uma barreira à entrada de novos competidores. A formação de um mercado de cerveja de massa, cujo valor do produto se torna acessível à grande parte da população, faz com que seu consumo deixe de figurar como distintivo, passando a representar um consumo ordinário e menos raro.

É nesse contexto que analisamos o CECB que produz, divulga e faz circular a marca de cerveja Bohemia e suas variantes, acompanhando o crescimento do segmento de cervejas especiais no mercado brasileiro. Assim, a indústria cultural constrói uma elaboração discursiva que aciona elementos da C&T e dos saberes técnico-científicos na medida em que sejam capazes de conferir distinção à marca, o que se estende ao consumidor. Nesse movimento, aciona algumas noções sobre a produção de cerveja que sejam suficientes para criar juízos de gosto que justifiquem o consumo da marca. Entretanto, ainda que tanto o gosto quanto o *habitus* sejam formados a partir do repertório de experiências, o *habitus* diz respeito às disposições incorporadas em que se apresentam as limitações socioeconômicas que condicionam o acesso e a frequência às experiências que o configuram.

Aqui, se apresenta uma diferença fundamental entre o gosto e o *habitus* em torno de produtos que conferem a distinção. Embora se possa gostar das cervejas especiais

experimentadas e reconhecer nelas características que levem à elaboração de juízos de gosto que justifiquem a preferência, nem todos as incorporarão em seus *habitus*, uma vez que esses se referem não apenas aos signos que adquirem os bens na cultura, mas sobretudo ao lugar ocupado pelos indivíduos na estrutura social, sendo a renda e a riqueza distribuídas desigualmente, determinando, em última instância, o estilo de vida e o nível de cada qual. É nesse sentido, que a indústria cultural encobre as condições socioeconômicas que incidem sobre o acesso e o consumo de produtos que promovem sentido às práticas circunscritas nas contradições de classe.

Como aponta Bensusan (2012), a partir de 1980, a ciência estabelece um novo contrato social com gradual perda de autonomia da comunidade de pesquisa, sendo cada vez mais determinada pelo interesse de empresas privadas com alta capacidade de investimento, na qual se assenta a ideia da ciência enquanto mercadoria. Nessa perspectiva, consideramos o CECB como uma iniciativa tanto diferenciada quanto abrigada no universo dos MCCT, que acompanha e reflete as transformações na forma de pensar, produzir e divulgar C&T. Os resultados dessa pesquisa apontam para um cenário no qual o capital passa a atuar de forma mais proeminente nos MCCT no Brasil, o que já ocorre em países como os EUA, onde a maior parte dos pesquisadores fazem parte da iniciativa privada, se tornando a indústria um dos maiores investidores em ciência, o que contribui para um processo de proletarização e perda de autonomia da atividade científica.

Se, por um lado, a adoção de uma visão mais comercial pode facilitar a sobrevivência dos MCCT, como no atual momento de restrição dos orçamentos públicos, por outro, limita a produção de exposições críticas, seja na perspectiva CTS da educação em ciências, seja no que se refere à educação sobre drogas. É importante ressaltar que o surgimento dos MCCT no Brasil faz parte de um movimento de institucionalização da ciência no país, que, diante da ausência de um sistema educacional implantado, embora abertos ao público em geral, esses espaços acabam por desempenhar um papel social importante no que se refere ao atendimento das demandas da educação em ciências no contexto da educação escolar. Dessa forma, se os tradicionais museus de C&T de origem pública no Brasil guardam aspirações quanto à promoção e à democratização da cultura científica, como na perspectiva da alfabetização do público leigo, no CECB, essa preocupação se esvai, uma vez que os esforços de significação da C&T se voltam à formação de um público consumidor, o que não se traduz em cultura científica. O acionamento de noções sobre C&T em meio

ao nome da marca deve, assim, fornecer ao visitante um repertório suficiente que o permita diferenciar o joio do trigo, ou, mais propriamente, a cevada do milho, as cervejas especiais das cervejas industriais de massa.

Como um sucesso de público, o CECB aponta para o deslocamento da forma-imagem da mercadoria que emerge com identidade própria, aquela que se situa do lado mais forte da partilha da lógica da classificação social. Assim, acena para o convite de se recuperar a identidade perdida na sociedade que a tudo torna descartável, não deixando a experiência da marca Bohemia no lugar nada a desejar a outros espaços da diversão, ao menos para o grande público. Nesse movimento, o capital passa a atuar nos MCCT no Brasil por meio das estratégias da indústria cultural na captura e na formação do gosto.

A captura se refere a pesquisas de mercado que fazem com que a cerveja Bohemia seja considerada uma cerveja especial, e não artesanal, apesar de grande parte dos esforços do CECB se voltarem justamente à criação de uma elaboração discursiva mítica que, sob a atmosfera de pátina, conta a história de uma cervejaria manufatureira de origem nobre e europeia que, desde a sua fundação, acompanharia o desenvolvimento científico e tecnológico. Entretanto, a produção artesanal ou manufatureira, de pequena escala, na qual a cerveja não é concebida em função do setor de marketing, se situa do lado oposto da lógica na qual Bohemia é produzida.

Assim, a indústria cultural atua de modo a tornarem-se menos nítidas as dessemelhanças entre as cervejas artesanais e especiais, em um movimento de apropriação e ressignificação da própria confusão semântica que possam guardar os termos especial e artesanal. Destarte, a construção de um discurso sobre a produção de Bohemia encobre o esclarecimento em sua forma mais acabada, em que a ciência positivista se associa à lógica produtivista do capital internacionalizado, implodindo qualquer possibilidade de ordem estável no deslocamento incessante de imagens que, vinculadas aos produtos, fazem com o consumo emerja como um ato cultural legitimador. Como uma condição da reprodução do capital, o deslocamento da forma-imagem da marca se revela como uma promessa rompida, retornando o indivíduo, da diversão, ao cotidiano do qual se buscou escapar, ocupando na demanda de mercado a justa posição que lhe cabe na engrenagem das contradições da estrutura socioeconômica.

Dessa forma, o esclarecimento que incide desde sua origem sobre a ruptura entre natureza e cultura e entre corpo e mente, reitera a dominação como um *logos* da distinção reconfigurado pelo capital nas estratégias da indústria cultural que, como

prevê Schneider (2015), atua na dimensão ideológica, psíquica e econômica em uma disparidade de forças diante do indivíduo e da coletividade. O gosto, portanto, no contexto do capitalismo contemporâneo, diz respeito a um saber-sabor capturado e reconfigurado a cânones mais ou menos formalizados na cultura. Esses, partem de um movimento verticalizado nos processos sociais, de cima para baixo, sendo os juízos de gosto que incidem na formação dos costumes e das normas de comportamento, justificados pelos conhecimentos técnico-científicos de forma mais proeminente do que previa Elias (2011), o que contribui para a compreensão do cenário no qual o capital estabelece uma atuação mais efusiva no universo dos MCCT no Brasil.

Nesse contexto, as estratégias da indústria cultural buscam legitimar a marca associada a um saber-sabor cuja distribuição encontra limites na própria lógica do capitalismo que o formatou. Assim, o universal cindido se apresenta como se o gosto dissesse respeito tão somente à experiência singular dos sentidos individuais e não ao conjunto de experiências e de repertórios que incidem sobre as contradições socioeconômicas, dando a impressão de uma liberdade de escolha, ainda que sob uma pseudoindividualidade.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABBAGNANO, Nicola. *Dicionário de Filosofia*. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. 5. ed. São Paulo: Martins Fonte, 2007.

ABRACERVA. Associação Brasileira de Microcervejarias. 2/4/2015. Disponível em: https://www.facebook.com/abracerva/posts/1616071808638372. Acesso em 03/02/2017.

ABRACERVA. Associação Brasileira de Microcervejarias. 06/08/2017. Disponível em: http://abracerva.com.br/sobre/estatuto/. Acesso em 06/08/2017.

ACERVA CARIOCA. Associação dos Cervejeiros Artesanais Cariocas. Estatuto. Disponível em: http://www.acervacarioca.com.br/Acervo#/1/2. Acesso em 28/05/2017.

ACSELRAD, Gilberta. Estado do conhecimento sobre o consumo de bebidas alcoólicas no Brasil. In: ACSELRAD, Gilberta (org.). *O consumo do álcool no Brasil*. Série Cadernos FLACSO, n. 12, jul. 2014, p. 8-24.

_____. A Educação para autonomia: construindo um discurso democrático sobre as drogas. In: ACSELRAD, Gilberta (org.) *Avessos do prazer: drogas, Aids e direitos humanos*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005, p. 183-212.

_____. Para início de Conversa. In: ACSELRAD, Gilberta (org.). *Quem tem medo de falar sobre drogas? Saber mais para se proteger*. Rio de Janeiro: FGV, 2015, p. 15-30.

_____. Quem usa? O que usa? E porque usa? In: ACSELRAD, Gilberta (Org.). *Quem tem medo de falar sobre drogas? Saber mais para se proteger*. Rio de Janeiro: FGV, 2015, p. 15-30.

_____. Drogas e educação para autonomia. In: *Seminário Drogas: Dos perigos da proibição à necessidade de legalização.* Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro (EMERJ). Abril de 2013. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=Iz0VOjcPTwg. Acesso em: 01/10/2014.

ACSELRAD, Gilberta. ALARCON, Sérgio. Políticas públicas atuais sobre bebidas alcoólicas. In: ACSELRAD, Gilberta (org.). *O consumo do álcool no Brasil*. Série Cadernos FLACSO, n. 12, jul. 2014, p. 60-84.

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos.* Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ALARCON, Sérgio. Drogas psicoativas: classificação e bulário das principais drogas de abuso. In: ALARCON, Sérgio; JORGE, Marco Aurélio Soares (Org.). *Álcool e outras drogas: diálogos sobre um mal-estar contemporâneo*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2012, p. 103-150.

_____. Critérios para o diagnóstico de dependência química. In: ALARCON, Sérgio; JORGE, Marco Aurélio Soares (Org.). *Álcool e outras drogas: diálogos sobre um mal-estar contemporâneo*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2012, p. 131-150.

_____. Drogas... que efeito isso tem? In: ACSELRAD, Gilberta (Org.). *Quem tem medo de falar sobre drogas? Saber mais para se proteger*. Rio de Janeiro: FGV, 2015, p. 47-58.

ALBUQUERQUE, Maria Betânia Barbosa. Beberagens tupinambás e processos educativos no Brasil colonial. *Educação em Revista*. Belo Horizonte, v. 27, n. 1, abr. 2011, p. 19-44.

_____. O consumo indígena do cauim no Brasil colonial: contribuições a uma história não escolar da educação. *Revista Mexicana de Historia de la Educación*, v. III, n. 6, 2015, p. 233-256.

ALMEIDA, Victor Manoel Cunha de; ROCHA, Almeida Ângela. Efeito pátina: a inscrição de signos conotativos da passagem do tempo nos bens de consumo. *Revista Comunicação, mídia e consumo*. São Paulo, vol.5, n. 13, jul. 2008, p. 97-120.

ALVES, Rita C.; OLIVEIRA, Beatriz. Benefícios do café na saúde: mito ou realidade? *Revista Química Nova*. v. 32, n. 8, 2009, p. 2169-2180.

ALZUGUIR, Fernanda. A carreira moral da vergonha na visão de homens e mulheres alcoólatras. *Physis Revista de Saúde Coletiva*. Rio de Janeiro, v. 24, n. 1, nov. 2014.

AMORIM, Marília. *O pesquisador e seu outro Bakhtin nas ciências humanas*. São Paulo: Musa Editora, 2004.

ARATANGY, Lígia. *Doces Venenos: conversas e desconversas sobre drogas*. São Paulo: Olho d'Água, 1991.

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. *Cultura popular na idade média e no renascimento: o contexto de François Rabelais*. 8ª ed. Tradução de Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec, 2013.

_____. *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem*. Tradução de Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. 16ª ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

BAMFORTH, Charles. *Vinhos versus Cervejas: uma comparação histórica, tecnológica e social*. São Paulo: Senac, 2008.

BARBUY, H. *A exposição universal de 1889 em Paris: visão e representação na sociedade industrial*. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2011.

BECKER, Howard Saul. *Outsiders: estudos de sociologia do desvio*. Tradução de Maria Luiza X. de Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BELTRAMELLI, Maurício. *Cervejas, brejas e birras: um guia complete para desmistificar a bebida mais popular do mundo*. São Paulo: Leya, 2012.

BENSUSAN, N. R. *Museus de Ciência: uma ferramenta de construção ou em construção?* Tese de Doutorado. Brasília: Programa de Pós-graduação em Educação da UnB, 2012.

BJCP. Diretrizes de Estilo para Cerveja do *Beer Judge Certification Program* (BJCP). Revisão de 2008 das Diretrizes de 2004. Disponível em: http://www.bjcp.org/intl/2008styles-PT.pdf. Acesso em 25/02/2017.

_____. Guia de estilos de cerveja do *Beer Judge Certification Program* (BJCP). Tradução livre de Mauro Manzali Bonaccorsi. Abr. 2016. Disponível em: http://www.brauakademie.com.br/assets/bjcp-2015-beer-pt-br.pdf. Acesso em 25/02/2017.

BORGES. Euclides Penedo**.** *Whisky e como apreciá-lo*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2011.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. Tradução de Daniela Kern; Guilherme J.F. Teixeira. 2ª ed. Porto Alegre: Zouk, 2015.

_____. *O senso prático*. Petrópolis: Vozes, 2013.

_____. *Gostos de classe e estilos de vida. Questões de Sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1976.

BOURDIEU, P; PASSERON, J. C. *A reprodução: elementos para uma teoria do sistema de ensino*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1975.

BRAGA, M.; GUERRA, A.; REIS, J. C. Alquimia e Medicina. *Breve história da Ciência Moderna: convergência de saberes (Idade Média)*. V. I, 3ª ed., Rio de Janeiro: Jorge Zahar: 2008.

BRANDÃO, Junito de Souza. *Mitologia Grega*. V. I. Petrópolis: Vozes, 1986.

_____. *Mitologia Grega.* V. II. Petrópolis: Vozes, 1987.

BRASIL, Lei n. 13.097, de 19 de janeiro de 2015. Planalto do Governo Federal. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/Decreto/D8442.htm#anexoii. Acesso em: 09/06/2016.

BRITO, Julia. Estado e Ambev inauguram centro de experiência cervejeiro. In: *Subsecretaria de Comunicação Social do Estado do Rio de Janeiro*. Notícias. 04/05/2012. Disponível em: http://brasileconomico.ig.com.br/ultimas-noticias/ambev-revitaliza-fabrica-da-bohemia-em-petropolis_84144.html. Acesso em: 02/06/2016.

CÂMARA, Marcelo. *Cachaça: bebendo e aprendendo: guia prático de degustação*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

_____. *Cachaça: prazer brasileiro.* Rio de Janeiro: Mauad X, 2004.

CAMARGOS, Marcos Antônio de; BARBOSA, Francisco Vidal. *Caderno de*

Pesquisas em Administração, São Paulo, v. 12, n. 2, abr/jun. 2005, p. 99-115.

CAMPOS, Marcelo Araújo. Freire e Freud: por uma atitude transitiva na educação sobre drogas. In: ACSELRAD, Gilberta (org.). *Avessos do prazer: drogas, aids e direitos humanos*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005, p. 213-230.

CAPRA. F. *O ponto de mutação*. São Paulo: Cultrix, 1982.

CARNEIRO, Henrique. *Bebida, abstinência e temperança na história antiga e moderna*. São Paulo: Senac, 2010.

CARLINI, E. A. et al. *II Levantamento domiciliar sobre o uso de drogas psicotrópicas no Brasil: estudo envolvendo as 108 maiores cidades do país: 2005*. São Paulo: CEBRID - Centro Brasileiro de Informação sobre Drogas Psicotrópicas: UNIFESP, 2006.

CARVALHO. Alexandre Magno Teixeira. Higiene e Eugenia: brevíssima genealogia da trama discursiva antialcoólica no Brasil. In: ALARCON, Sérgio; JORGE, Marco Aurélio Soares (Org.). *Álcool e outras drogas: diálogos sobre um mal-estar contemporâneo*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2012, p. 83-102.

CASCUDO, Luis da Câmara. *Prelúdio da cachaça*. V. II. Belo Horizonte: Itatiaia, 1986.

CEREZO, J. A. L. Los estudios de ciencia, tecnología y sociedad. *Revista Iberoamericana de Educación*, n. 20, mai-ago. 1999.

CERVIERI JÚNIOR, Osmar; TEIXEIRA JÚNIOR, Job Rodrigues; RANGEL, Galinari; RAWET, Eduardo Lederman; SILVEIRA, Carlos Takashi Jardim da. O setor de bebidas no Brasil. In: *BNDES Setorial*. Rio de Janeiro, n. 40, set. 2014.

CONTIER, D. *Relações entre ciência, tecnologia e sociedade nos museus de ciências*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Programa de Pós-graduação em Educação da USP, 2009.

CRUZ, Marcelo Santos. Práticas médicas, toxicomanias e a promoção do exercício da cidadania. In: ACSELRAD, Gilberta (Org.) *Avessos do prazer: drogas, Aids e direitos humanos*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005, p. 277-288.

CRUZ, C. O.; PRADO, S. D.; FREITAS, R. F.; FERREIRA, F. R.; CARVALHO, M. C. V. S. Alimentação, publicidade e identidade no universo do consumo. In: FERREIRA, F. R.; PRADO, S. D.; CARVALHO, M. C. V. S. (Org.). *Alimentação, Consumo e Cultura*. 1ª ed. Curitiba: CRV, 2013, p. 155-179.

DAGNINO, Renato. As trajetórias dos estudos sobre ciência, tecnologia e sociedade e da política científica e tecnológica na Ibero-América. *ALEXANDRIA Revista de Educação em Ciência e Tecnologia*, vol.1, n. 2, jul. 2008, p. 3-36.

DELGADO, Pedro Gabriel. Drogas: o desafio da saúde púbica. In: ACSELRAD, Gilberta (Org.) *Avessos do prazer: drogas, Aids e direitos humanos*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005, p. 165-182.

DESCARTES, R. *O discurso do método*. Tradução de Maria Ermantina Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

DETIENNE, Marcel. *Dioniso a céu aberto*. Tradução de Carmem Cavalcanti. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1988.

ELIAS, Nobert. *O processo civilizador*. Uma história dos costumes. V. I. Tradução de Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

FERNANDES, João Azevedo. *Selvagens bebedeiras: álcool, embriaguez e contatos culturais no Brasil colonial*. Tese de Doutorado em História. Niterói: UFF, 2004.

FLANDRIN, Jean-Louis. Tempero, cozinha e dietérica nos séculos XIV, XV e XVI. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. *História da Alimentação*. Tradução de Luciano Vieira Machado e Guilherme João de Freitas Teixeira. 8ª ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2015a, p. 478-495.

_____. Tempos modernos. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. *História da Alimentação*. Tradução de Luciano Vieira Machado e Guilherme João de Freitas Teixeira. 8ª ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2015b, p. 532-559.

_____. Da dietética à gastronomia ou a libertação da gula. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. *História da Alimentação*. Tradução de Luciano Vieira Machado e Guilherme João de Freitas Teixeira. 8ª ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2015c, p. 667-688.

FONSECA FILHO, Luciano Roberto Corrêa. *História, política e cerveja: a trajetória do lobby das indústrias de cerveja*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Universidade de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, 2008.

FONTENELLE, Isleide Arruda. *O nome da marca: McDonald's, fetichismo e cultura descartável*. São Paulo: Boitempo/Fapesp, 2013.

FRANCO, Maria Laura P. B. *Análise de Conteúdo*. 4ª ed. Brasília: Liber Livro Editora, 2012.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. 47ª ed. Rio de Janeiro: Editora Paz e Luz, 2013.

FUNARI, Pedro Paulo. *Grécia e Roma*. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2002.

GARCIA-ARNAIZ, Mabel. Cerveza de día, copa de noche: prácticas y discursos en la publicidad española de cervezas. In: FREITAS, R.; FERREIRA, F. R.; CARVALHO, M. C. V. S.; PRADO, S. D. (Org.). *Corpo e consumos nas cidades*. V. 2. Curitiba: CRV, 2014, p. 81-100.

GIORDANI, Mário Curtis. *História da Grécia antiga: antiguidade clássica*. 9ª ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

GRANATO, M. Panorama sobre o patrimônio da ciência e tecnologia no Brasil: objetos da C&T. In: GRANATO, M.; RANGEL, M.F. (Orgs.). *Cultura material e patrimônio de C&T*. Rio de Janeiro: Museu de astronomia e ciências afins, 2009.

GRIECO, Allen J. A alimentação e classes sociais no fim da Idade Média e Renascença. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. *História da Alimentação*. Tradução de Luciano Vieira Machado e Guilherme João de Freitas Teixeira. 8ª ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2015, p. 466-495.

GRUZMAN, C. *Educação, ciência e saúde no museu: uma análise enunciativa discursiva da exposição do Museu Microbiologia do Instituto Butantan*. Tese de Doutorado. São Paulo: Programa de Pós-Graduação em Educação da USP, 2012.

HERRERA, A. Novo enfoque do desenvolvimento e o papel da ciência e tecnologia. In: DAGNINO, Renato; HERRERA, Thomas (Org.). *Ciência, tecnologia e sociedade: uma reflexão latino-americana*. Taubaté, SP: Cabral Editora e Livraria Universitária, 2003, p. 25-45.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

ICOM. Conselho Internacional de Museus. DESVALLÉES, A.; MAIRESSE, F. (editores). *Conceitos-chave de museologia. Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus*. Tradução e comentários de Bruno Brulon Soares e Marília Xavier Cury. São Paulo: Pinacoteca do Estado de São Paulo/Secretaria de Estado da Cultura, 2013.

JOANNÈS, Francis. A função social do banquete nas primeiras civilizações. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. *História da Alimentação*. Tradução de Luciano Vieira Machado e Guilherme João de Freitas Teixeira. 8ª ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2015, p. 54-67.

KARAM, Maria Lúcia. Os principais aspectos da legislação brasileira relacionadas às bebidas alcoólicas. In: ACSELRAD, Gilberta (Org.). *O consumo do álcool no Brasil*. *Série Cadernos FLACSO*, n. 12, jul. 2014, p. 40-46.

KUHN, Thomas S. *A estrutura das revoluções científicas*. Tradução de Beatriz Vianna Boeira e Nelson Boeira. 10ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2011.

LARANJEIRA, Ronaldo; PINSKY, Ilana; ZALESKI, Marcos; CAETANO, Raul**.** *I Levantamento nacional sobre os padrões de consumo de álcool na população brasileira.* Brasília: Secretaria Nacional Antidrogas, 2007.

LIMA, Oswaldo Gonçalves. *Pulque, balchê e pajauaru na etnobiologia das bebidas e dos alimentos fermentados*. Edição da Universidade Federal de Pernambuco, 1997.

LOURENÇO, M.C. O patrimônio da ciência: importância para a pesquisa. In: *Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio*. UNIRIO/MAST, v. I,I, n. 1, jan-jun. 2009.

MACHADO, Luiz Antonio. O significado do botequim. In: HOGAN, Daniel et al. *Cidade: usos & abusos.* Brasília: Editora Brasiliense, 1978, p. 77-114.

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

MCMANUS, P. M. Uma palavra em seu ouvido... o que você quer dizer quando fala, ou pensa a respeito de educação (formal e informal). Aprendizagem e Interação? In: MANDARINO, M.; ALMEIDA, A. M; VALENTE, M. E. A. (Orgs.). *Museu: lugar do público*. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2009, p. 47-62.

MINAYO, Cecília de Souza (Org). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 27ª ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. Instrução Normativa N. 13, de 29 de junho de 2005. Disponível em: http://extranet.agricultura.gov.br/sislegis-consulta/consultarLegislacao.do?operacao= visualizar&id=12386. Acesso em 25/08/2016.

MIOTELLO, Valdemir. Ideologia. In: BRAIT, Beth (org.). *Bakhtin: conceitos-chave*. 4ª ed. São Paulo: Contexto, 2008, p. 167-176.

MONTANARI, Massimo. Sistemas alimentares e modelos de civilização. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. *História da Alimentação*. Tradução de Luciano Vieira Machado e Guilherme João de Freitas Teixeira. 8ª ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2015a, p. 108-120.

_____. Plena e baixa Idade Média (séculos XI-XV). In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. *História da Alimentação*. Tradução de Luciano Vieira Machado e Guilherme João de Freitas Teixeira. 8ª ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2015b, p. 381-386.

MONTEIRO, Renata; GOUVEA, Guaracira. Centro de Experiência Cervejeira da Bohemia: um Museu de Ciência e Tecnologia? *ALEXANDRIA Revista de Educação em Ciência e Tecnologia*, v. 9, n. 2, nov. 2016, p. 303-327.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. *Revista Educação*, Porto Alegre, v. 22, n. 37, 1999.

MOREIRA, Sérgio Augusto. *O entrelaçamento dialético entre mito e Aufklärung no primeiro capítulo da Dialética do Esclarecimento de Adorno e Horkheimer.* Dissertação de Mestrado em Filosofia. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2012.

OLIVER, Garret. *A mesa do mestre-cervejeiro: descobrindo os prazeres das cervejas e das comidas verdadeiras.* Tradução de Anthony Cleaver. São Paulo: Senac, 2012.

PERLÈS, Catherine. *As estratégias alimentares nos tempos pré-históricos.* In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. *História da Alimentação*. Tradução

de Luciano Vieira Machado e Guilherme João de Freitas Teixeira. 8ª ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2015, p. 36-53.

POMBO, Olga. Interdisciplinaridade e integração dos saberes. In: *Liinc em Revista*, v. 1, n. 1, mar. 2005, p. 2-15.

POULAIN, Jean-Pierre. *Sociologia da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar*. Florianópolis: UFSC, 2013.

POZZI, Sandro. Jornal El País. Outubro de 2015. Disponível em: http://brasil.elpais.com/brasil/2015/10/13/economia/1444719042_257821.html?rel=mas. Acesso em 07/03/2016.

PROENÇA, Rossana Pacheco da Costa. Alimentação e Globalização: algumas reflexões. *Revista Ciência e Cultura*. CULT, v. 62, n. 4, São Paulo, oct. 2010.

ROSA, Mario. *Glória e Vergonha: memórias de um consultor de crises*. 2016. Disponível em: https://www.poder360.com.br/wp-content/uploads/2016/11/entre_gloria_vergonha_pg-simples_parte2.pdf. Acesso em: 27/12/2016.

ROSA, S. E. S. da.; COSENZA, J. P.; LEÃO, L. T. de S. Panorama do setor de bebidas no Brasil. In: *BNDES Setorial*, Rio de Janeiro, n. 23, mar. 2006, p. 101-150.

RESENDE, Fernanda. Portal G1, 4/2/2016. Disponível em: http://g1.globo.com/minas-gerais/triangulo-mineiro/noticia/2016/02/fabrica-da-ambev-em-uberlandia-foi-projetada-para-ser-maior-do-mundo.html. Acesso em: 03/06/2016.

RIERA-MELIS, Antoni. Sociedade feudal e alimentação. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. *História da Alimentação*. Tradução de Luciano Vieira Machado e Guilherme João de Freitas Teixeira. 8ª ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2015, p. 387-408.

SANTOS, Boaventura de Sousa. *Um discurso sobre as ciências*. São Paulo: Cortez, 1987.

_____. *A gramática do tempo*. São Paulo: Cortez, 2006.

_____. *A crítica da razão indolente*. São Paulo: Cortez, 2008.

SANTOS, Carlos Henrique Alves dos. *A globalização e a concentração das indústrias: o caso Ambev*. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: Pós-Graduação em Administração da UFRJ, 2012a.

SANTOS, Christian Fausto Moraes; CAMPOS, Rafael Dias da Silva. Apontamentos acerca da Cadeia do Ser e o lugar dos negros na filosofia natural na Europa setecentista. *História, Ciências, Saúde – Manguinhos*, Rio de Janeiro, v. 21, n. 4, out-dez de 2014, p. 1215-1234.

SANTOS, José Ivan; SANTANA, José Mari. *Comida e vinho: harmonização essencial*. 3ª ed. São Paulo: Senac, 2012b.

_____; DINHAM, Robert Paul. *O essencial em cervejas e destilados.* São Paulo: Senac, 2006.

SANTOS, Sergio de Paula. *Os primórdios da cerveja no Brasil*. 2ª ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2004.

SCHIELE, B.; BOUCHER, L. A. Exposição científica: uma maneira de representar a ciência. In: JODELET, D. (Org.). *As Representações Sociais*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001, p. 363-378.

SCHIVELBUSCH, Wolfgang. *Tastes of Paradise: a social history of spices, stimulants, and intoxicants*. Tradução da versão original alemã feita por David Jacobson. New York: Vintage Book, 1992.

SCHNEIDER, Marco. *A dialética do gosto: informação, música e política*. Rio de Janeiro: Circuito, 2015.

SILVA, Kalina Vanderlei; MACIEL, Henrique Silva. *Dicionário de conceitos históricos*. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2009.

SILVA, Martinho Braga e Silva; DELDUQUE, Maria Célia. Patologização e penalização do uso de drogas: uma análise socioantropológica de proposições legislativas. *Physis Revista de Saúde Coletiva*. Rio de Janeiro, v. 25, n. 1, Rio de Janeiro, jan-mar. 2015.

SLVA, Samuel. *A persuasão na propaganda de cervejas: sob o enfoque sistêmico-funcional*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada e Estudos de Linguagem. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2012.

STANDAGE, Tom. *A História do Mundo em 6 Copos*. Tradução de Antônio Braga. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

TRIADVIDOR. Disponível em: https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303504-d3246285-Reviews-Cervejaria_Bohemia-Petropolis_State_of_Rio_de_Janeiro.html. Acesso em 09/09/2016.

VALENTE, M. E. A. *Museus de ciências e tecnologia no Brasil: uma história da museologia entre as décadas de 1950-1970*. Tese de Doutorado. Campinas: Programa de Pós-Graduação em Ensino e História de Ciências da Terra da Universidade de Campinas, 2009.

VARGAS, Eduardo Viana. *Entre a extensão e a intensidade: corporalidade, subjetivação e uso de drogas.* Tese de Doutorado em Ciências Humanas, Sociologia e Política. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2001.

VAZ, Tatiana. Exame.com. Fevereiro de 2015. Disponível em: http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/ambev-compra-a-cervejaria-artesanal-wals-de-minas. Acesso em 03/06/2016.

VAZ, Veanney Monod Emidio**.** *A legitimação de uma identidade masculina por meio de estereótipos constituídos nas/pelas cenografias presentes em propagandas de cerveja.* Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos. Universidade Federal de Uberlândia, 2011.

VENTURINI FILHO, W. G. *Bebidas alcoólicas: ciência e tecnologia*. São Paulo: Blucher, 2010.

VERMELHO, Sônia Cristina Soares Dias. *Educação e virtualização: as mídias e a formação do indivíduo*. Tese de Doutorado em Educação. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2003.

VETTA, Massimo. A cultura do *symposion*. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. *História da Alimentação*. Tradução de Luciano Vieira Machado e Guilherme João de Freitas Teixeira. 8ª ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2015, p. 170-185.

VISSER, Margaret. *O ritual do jantar: as origens, evolução, excentricidade e significado das boas maneiras à mesa*. Tradução de Sônia Coutinho. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

WACQUANT, Loïc. Esclarecer o habitus. *Educação & Linguagem*, ano 10, n.16, jul-dez de 2007.

WEBER, Max. *A ética protestante e o "espírito" do capitalismo*. Tradução de José Marcos Mariani de Macedo. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

YAMAMOTO, César Hideki. *A demanda por bebidas alcoólicas no Brasil: 2008-2009*. Dissertação de Mestrado. Escola de Economia de São Paulo. São Paulo: FGV, 2011.