

A Produção do Conhecimento Geográfico

2

Ingrid Aparecida Gomes
(Organizadora)



 **Atena**
Editora

Ano 2018

Ingrid Aparecida Gomes
(Organizadora)

A Produção do Conhecimento Geográfico 2

Atena Editora
2018

2018 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Geraldo Alves e Natália Sandrini

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

P964 A produção do conhecimento geográfico 2 [recurso eletrônico] /
Organizadora Ingrid Aparecida Gomes. – Ponta Grossa (PR):
Atena Editora, 2018. – (A Produção do Conhecimento
Geográfico; v. 2)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-85107-79-6

DOI 10.22533/at.ed.796181211

1. Ciências agrárias. 2. Percepção espacial. 3. Pesquisa agrária
– Brasil. I. Gomes, Ingrid Aparecida. II. Série.

CDD 630

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de
responsabilidade exclusiva dos autores.

2018

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra “*A Produção Do Conhecimento Geográfico*” aborda uma série de livros de publicação da Atena Editora, apresenta, em seus 22 capítulos, discussões de diversas abordagens da Geografia humana, com ênfase nos movimentos sociais.

A Geografia humana engloba, atualmente, alguns dos campos mais promissores em termos de pesquisas atuais. Esta ciência geográfica estuda as diversas relações existentes (sociais, gênero, econômicas e ambientais), no desenvolvimento cultural e social.

A percepção espacial possibilita a aquisição de conhecimentos e habilidades capazes de induzir mudanças de atitudes, resultando na construção de uma nova visão das relações do ser humano com o seu meio, e, portanto, gerando uma crescente demanda por profissionais atuantes nessas áreas.

A ideia moderna da Geografia humana, refere-se a um processo de mudança social geral, formulada no sentido positivo e natural, temporalmente progressivo e acumulativo, segue certas regras e etapas específicas e contínuas, de suposto caráter universal. Como se tem visto, a ideia não é só o termo descritivo de um processo, e sim um artefato mensurador e normalizador das sociedades, tais discussões não apenas mais fundadas em critérios de relação homem e meio, mas também são incluídos fatores como planejamento, gestão, inclusão, mobilidade.

Neste sentido, este volume dedicado a Geografia humana, apresenta artigos alinhados com a migração, imigração, movimentos sociais. A importância dos estudos geográficos dessa vertente, é notada no cerne da ciência geográfica, tendo em vista o volume de artigos publicados. Nota-se também uma preocupação dos geógrafos em desvendar a realidade dos espaços escolares.

Os organizadores da Atena Editora, agradecem especialmente os autores dos diversos capítulos apresentados, parabenizam a dedicação e esforço de cada um, os quais viabilizaram a construção dessa obra no viés da temática apresentada.

Por fim, desejamos que esta obra, fruto do esforço de muitos, seja seminal para todos que vierem a utilizá-la.

Ingrid Aparecida Gomes

SUMÁRIO

TERRITÓRIO E MOVIMENTOS SOCIAIS

CAPÍTULO 1	1
ATIVIDADES CRIATIVAS E DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL: MÚSICA, TERRITÓRIO E CRIATIVIDADE EM TATUÍ-SP	
<i>Gustavo da Silva Diniz</i> <i>Auro Aparecido Mendes</i>	
CAPÍTULO 2	11
ESCOLAS OCUPADAS: CIDADANIA, PODER E TERRITÓRIO	
<i>Rafael Sá Rego de Azevedo</i>	
CAPÍTULO 3	43
ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL: ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS OU SISTEMAS TERRITORIAIS DE PRODUÇÃO?	
<i>Mariano de Matos Macedo</i> <i>Wilhelm Milward Meiners</i>	
CAPÍTULO 4	53
GANGUE E TERRITORIALIDADES: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO DE PROCESSOS SOCIAIS E ESPAÇOS ENVOLVIDOS NA AÇÃO DE GANGUE EM MINAS GERAIS	
<i>Antônio Hot Pereira de Faria</i> <i>Diego Filipe Cordeiro Alves</i> <i>Alexandre Magno Alves Diniz</i> <i>Tomás Hilário Cardoso Ferreira</i>	
CAPÍTULO 5	68
O DESCOROAMENTO DA PRINCESA DO SERTÃO: DE “CHÃO” A TERRITÓRIO, O “VAZIO” NO PROCESSO DA VALORIZAÇÃO DO ESPAÇO	
<i>Nacelice Barbosa Freitas</i>	
CAPÍTULO 6	79
TERRITÓRIO E SAÚDE: REFLETINDO A REALIDADE AMAZÔNICA	
<i>Layla de Cassia Bezerra Bagata Menezes</i> <i>Edna Ferreira Coelho Galvão</i>	
CAPÍTULO 7	89
A IMIGRAÇÃO BOLIVIANA NO BRASIL: UM OLHAR ALÉM DE SÃO PAULO	
<i>Romerito Valeriano da Silva</i> <i>Daniela Martins Cunha</i>	
CAPÍTULO 8	101
MIGRAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE TERRITÓRIO: OS DESCENDENTES DE POLONESES E UCRANIANOS NA ZONA DA MATA RONDONIENSE	
<i>Jania Maria de Paula</i>	

CAPÍTULO 9	110
REDES DA MIGRAÇÃO HAITIANA NO MATO GROSSO DO SUL <i>Alex Dias de Jesus</i>	
CAPÍTULO 10	120
TRABALHO E MIGRAÇÃO: ANÁLISES SOBRE A POPULAÇÃO OCUPADA NO SETOR CALÇADISTA DO MUNICÍPIO DE NOVA SERRANA-MG <i>Luís Henrique Silva Ferreira</i> <i>Andressa Virgínia de Faria</i> <i>André Francisco de Brito Leite</i>	
CAPÍTULO 11	136
A TEORIZAÇÃO DOS TERRITÓRIOS DA CERVEJA NO BRASIL: A MATRIZ METODOLÓGICA COMO INSTRUMENTO PARA IDENTIFICAÇÃO DAS ÁREAS DE MAIOR PRODUÇÃO CERVEJEIRA NO BRASIL <i>Eduardo Fernandes Marcusso</i>	
CAPÍTULO 12	147
EFEITOS DO PROGRAMA BOLSA FAMÍLIA E ESTRATÉGIA SAÚDE DA FAMÍLIA SOBRE A MORTALIDADE INFANTIL NO SEMIÁRIDO BRASILEIRO PARA DADOS EM PAINEL <i>Everlane Suane de Araújo da Silva</i> <i>Neir Antunes Paes</i>	
CAPÍTULO 13	157
GEOGRAFIA E ARTE: REPRESENTAÇÕES EM ALGUMAS PAISAGENS CABRALINAS <i>José Elías Pinheiro Neto</i> <i>Lara Ferraz Rocha Pacheco</i>	
CAPÍTULO 14	167
GESTÃO DE SEGURANÇA PÚBLICA EM FRONTEIRA COMO PROGRAMA DE ESTADO E A INTERDEPENDÊNCIA DE ATORES <i>Sergio Flores de Campos</i>	
CAPÍTULO 15	179
MEMÓRIA, CULTURA E RESILIÊNCIA NA COMPREENSÃO DA PAISAGEM DO PAMPA: CONTRIBUIÇÃO PARA UMA GEOGRAFIA INTEGRADORA <i>Adriano Severo Figueiró</i>	
CAPÍTULO 16	195
PATRIMÔNIO MUNDIAL DA UNESCO NO BRASIL: O CASO DAS ILHAS OCEÂNICAS DE FERNANDO DE NORONHA E ATOL DAS ROCAS <i>Vanda de Claudino-Sales</i>	
CAPÍTULO 17	206
UMA VIAGEM PELAS TERRAS DO SEM FIM EM BUSCA DA GEOGRAFICIDADE DA OBRA DE JORGE AMADO <i>Rita de Cássia Evangelista dos Santos</i>	

CAPÍTULO 18	216
PARENTALIDADES JOVENS, INVISÍVEIS E EXCLUÍDAS NO CENÁRIO DO “PRISON BOOM” BRASILEIRO: CARACTERÍSTICAS SÓCIO-DEMOGRÁFICAS DA POPULAÇÃO DE PAIS E MÃES ENCARCERADOS NA REGIÃO METROPOLITANA DE BELO HORIZONTE, BRASIL – 2014	
<i>Rafael Andrés Urrego Posada</i>	
<i>Maria Carolina Tomás</i>	
<i>Dimitri Fazito de Almeida Rezende</i>	
CAPÍTULO 19	230
ENSAIO SOBRE A ARCHÉ GEOGRÁFICA SOTEROPOLITANA	
<i>Daniel de Albuquerque Ribeiro</i>	
CAPÍTULO 20	240
NO MOVIMENTOS DAS REDES, NAS REDES DE MOVIMENTOS E OS MOVIMENTOS NAS REDES: UMA BREVE REFLEXÃO SOBRE OS MOVIMENTOS SOCIOESPACIAIS E MOVIMENTOS SOCIOTERRITORIAIS CAMPONESES E URBANOS NO BRASIL E NA ARGENTINA	
<i>José Sobreiro Filho</i>	
CAPÍTULO 21	251
O LEGADO DOS MILAGRES DE SANTA PAULINA: A INTERRELAÇÃO E CONEXÃO RELIGIOSA DOS MUNICÍPIOS CATARINENSES DE NOVA TRENTO E IMBITUBA CONSTRUINDO UM OLHAR PELA FENOMENOLOGIA	
<i>Natália Carolina de Oliveira Vaz</i>	
<i>Sylvio Fausto Gil Filho</i>	
CAPÍTULO 22	262
O SOM DA VIOLA “INVOCANO” UM SENTIMENTO TOPOFÍLICO CAIPIRA	
<i>Denis Rilk Malaquias</i>	
SOBRE A ORGANIZADORA	273

A TEORIZAÇÃO DOS TERRITÓRIOS DA CERVEJA NO BRASIL: A MATRIZ METODOLÓGICA COMO INSTRUMENTO PARA IDENTIFICAÇÃO DAS ÁREAS DE MAIOR PRODUÇÃO CERVEJEIRA NO BRASIL

Eduardo Fernandes Marcusso

Universidade de Brasília

Brasília – DF

KEY-WORDS: Beer; Territory; Development

1 | INTRODUÇÃO

RESUMO: Tanto a produção de cerveja como a número de cervejarias no Brasil vem crescendo na última década e essa mudança vem provocando diversas transformações econômicas, sociais e territoriais. A partir desse panorama o trabalho busca identificar os chamados territórios da cerveja, por meio da concentração da produção, seu lastro histórico com a cerveja e a articulação local para o desenvolvimento territorial. São observados, também, os processos de territorialização da cerveja.

PALAVRAS-CHAVE: Cerveja; Território; Desenvolvimento

ABSTRACT: Both the beer production and the number of breweries in Brazil has been increasing in the last decade and this change has provoked diverse economic, social and territorial transformations. From this overview this work seeks to identify the so-called territories of beer, through the concentration of production, its historical origin related with beer and local articulation for territorial development. The processes of beer territorialization is also covered in this paper.

A cerveja está no cotidiano do brasileiro, porém nos últimos anos estamos assistindo grande avanço na sua produção e no número de cervejarias pelo Brasil, provocando novas relações locais, mudanças socioeconômicas e espaciais.

A partir desse panorama este trabalho busca identificar os territórios da cerveja, por meio de dados do Relatório Anual de Informações Sociais-RAIS do Ministério do Trabalho-MT, que recolhe os dados da atividade trabalhista e das empresas registradas em todo o país e do Sistema Integrado de Produtos e Estabelecimentos Agropecuários-SIPEAGRO, do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento-MAPA, que registra online as empresas neste ministério.

O setor cervejeiro apresenta nova tendência de pequenas cervejarias alterando as dinâmicas territoriais. A territorialidade nos territórios da cerveja sofre os processos de globalização e as relações em rede expressam novas formas de tecnificação do território.

As formas acima descritas têm impactos na organização entre os agentes transformando

os territórios em fio condutor das estratégias de desenvolvimento.

2 | O TERRITÓRIO DA CERVEJA: PRODUÇÃO, HISTÓRIA E DESENVOLVIMENTO

2.1 A metodologia de identificação dos territórios da cerveja

A produção de cerveja no Brasil é representativa mundialmente sendo em 2015 a terceira com 139 milhões de hectolitros (SICOBÉ, 2015), atrás apenas dos China (472 milhões) e dos EUA (224 milhões) e a frente da Alemanha (96 milhões) e da Rússia (78 milhões) (BARTH-HASS, 2015).

No cenário nacional o setor mostrou grande avanço nos números de cervejarias que saltou da casa das 200 em meados de 2006 para quase 400 dez anos depois, com maioria de cervejarias menores (RAIS, 2016; SIPEAGRO, 2016).

Os dados da RAIS e do SIPEAGRO são os indicadores da localização da produção, contudo a simples existência de uma fábrica de cerveja não determina um território da cerveja. Esta denominação é adotada para representar os locais de produção de cerveja no Brasil com lastro histórico e com articulação local para o desenvolvimento. Para melhor caracterização dos territórios da cerveja construímos a matriz metodológica (ELIAS, 2013) que organiza os temas, processos, variáveis, lista de indicadores e fontes de dados.

QUADRO 1: Matriz Metodológica		
TEMA: Produção de Cerveja		
Processo: A produção e as cervejarias na formação dos territórios da cerveja		
Variável	Lista de Indicadores	Fonte de Busca
Municípios com cervejarias mais antigas	Histórico da criação de cervejaria segundo estados e município	Bibliografia Específica
Número de Cervejarias	Evolução do número de cervejarias segundo município, UF e microrregião - 2000, 2010, 2015	RAIS /MT
Número de Cervejas	Evolução do número de cervejas registradas no MAPA, segundo UF - 2000,2010,2015	SIPEAGRO/MAPA
TEMA: Desenvolvimento Territorial		
Processo: As formas de articulação local para o desenvolvimento		
Número de entidades representativas do setor	Evolução do número de entidades representativas (associações, sindicatos, etc.)	Documentos oficiais e Sites
Número de empregos formais no setor	Evolução dos empregos formais no setor por município, UF e microrregião - 2005, 2010, 2015	RAIS/MT
Número de eventos culturais	Crescimento no número de eventos de seus públicos	Documentos oficiais e Sites
Número de Instituições de Ensino ligadas à Cerveja	Criação de Escolas e Cursos técnicos e de nível superior	MEC/Instituições Privadas

Fonte: Elaborado a partir de ELIAS, 2013.

2.2 A caracterização numérica dos territórios da cerveja

Os territórios da cerveja têm sua primeira caracterização a partir do número de cervejarias por meio dos dados da RAIS e rótulos de cervejas por meio dos dados do SIPEAGRO, tendo a evolução de anos e diferentes escalas geográficas.

QUADRO 2: A Evolução das Cervejarias e Cervejas									
2000				2010			2015		
Estados		Nº	Estados		Nº	Estados		Nº	
São Paulo		36	São Paulo		44	São Paulo		67	
Rio Grande do Sul		17	Rio Grande do Sul		25	Rio Grande do Sul		59	
Bahia		11	Rio de Janeiro		20	Santa Catarina		39	
Rio de Janeiro		9	Santa Catarina		17	Minas Gerais		36	
Paraná		9	Goiás		16	Paraná		32	
Microrregião		Nº	Microrregião		Nº	Microrregião		Nº	
Salvador		9	Porto Alegre		10	Porto Alegre		22	
São Paulo		8	Rio de Janeiro		9	Belo Horizonte		15	
Porto Alegre		8	Goiânia		9	Curitiba		12	
Rio de Janeiro		6	Campinas		8	Blumenau		12	
Campinas		6	Belo Horizonte		7	Caxias do Sul		10	
Número de cervejas registradas em 2015 por Estados									
MS	PA	ES	PE	RJ	MG	SC	PR	RS	SP
9	13	14	18	32	35	177	265	313	453
Número de cervejas registradas em 2010 por Estados									
MA	PA	RJ	RS	PE	RO	BA	PR	SC	SP
6	6	6	9	11	12	16	28	41	44
Número de cervejas registradas em 2000 por Estados									
MG	MT	PI	SC	AM	GO	RS	PR	SP	RJ
2	2	2	2	3	3	5	6	11	16

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da RAIS e SIPEAGRO

Podemos verificar o Brasil vive uma expansão significativa no número de cervejarias e lançamentos de rótulos, sendo eixo Sul-Sudeste predominante tanto na escala dos estados quanto na da microrregião e no número de cervejas registradas.

Destaque-se o estado de São Paulo em toda a análise temporal, porém quando olhamos para as microrregiões Porto Alegre se mostra com uma evolução mais rápida, sendo a localidade com mais cervejarias do país. Confrontando com os dados de lançamento de cervejas, SP ainda lidera, seguido do RS, SC, PR, MG, RJ, sendo que fora do eixo Sul-Sudeste temos destaque para a BA, PE e PA.

Após a exposição dos dados podemos identificar os locais de concentração da produção cervejeira no país, porém nossa análise não se limita apenas em números e buscamos fazer uma ponte histórica com o passado para vincular os locais de produção hoje com os dos primórdios da produção de cerveja no Brasil.

2.3 A cerveja em terras tupiniquins e a formação da uma cultura cervejeira

As primeiras cervejas foram trazidas ao Brasil pela Companhia das Índias Orientais quando da invasão holandesa de Maurício de Nassau no Nordeste na primeira metade do século XVII. A primeira cervejaria das Américas foi por eles construída em 1637 na cidade de Recife-PE, porém após a expulsão dos flamengos essa cultura se perdeu (SANTOS, 2004). A cerveja só foi retomada quando D. João VI veio em 1808, fugindo das invasões napoleônicas e trouxe alguns tonéis de sua bebida preferida, a cerveja. Foi no Rio de Janeiro que se tem a primeira notícia documentada de produção de cerveja em 1836 (HOAUISS, 1986).

Um dos primeiros atos da coroa portuguesa no Brasil foi a abertura dos portos as nações amigas, e nesse caso entenda-se Reino Unido. Neste período a comercialização da cerveja aumenta bastante, sobretudo através dos imigrantes ingleses que culturalmente já a tinham como parte de sua dieta alimentar, contudo as grandes taxações do governo em 1896 e a limitação das importações em 1904 fizeram declinar as cervejas importadas e decolar as nacionais (SANTOS, 2004).

Neste período do final do século XIX a vinda de imigrantes para o país e a política de incentivo à indústria nacional da década de 1880 provocaram o primeiro surto de industrialização e conseqüente processo de substituições das importações. Apesar da produção de cerveja ser quase toda nacional na década de 1890 a importação de malte e lúpulo (principais matérias primas da cerveja) e o maquinário para a indústria ficou mais difícil neste período (LIMBERGER, 2013).

Um dos pontos mais importantes para a disseminação da cultura cervejeira, a expansão das fábricas de cerveja e de seu consumo, foi a imigração europeia largamente, concentrada no centro-sul do país. Os alemães tiveram destaque com o emprego de técnicas especializados da tradicional escola alemã de cerveja, o malte e lúpulo quase todo importado da Alemanha e Áustria (SUZIGAN, 1975).

Na pesquisa pelas primeiras fábricas de cerveja no Brasil vemos a nítida ligação entre as bebidas e os imigrantes. A seguir estruturamos quadro com os nomes dos proprietários das cervejarias e a localidade com datas de 1836 até 1900.

QUADRO 3: Os proprietários de Cervejarias no século XIX e sua descendência européia		
Proprietário	Estado	Cidade
André MODENESI; Gustavo SCHMIDT	ES	Ibiraçu; Vitória
Nicolai NEISS; Carlos BOPP; Wilhem BECKER; Frederico CRISTOFFEL; Gegorg Heinrich RITTER; Paul ZSCHOERPER; Gustavo JAHN; Pedro RUSCHEL; Leopoldo HAERTHEL; Karl e Fredrich RITTER	RS	São Vendelino; Porto Alegre (3); Nova Petrópolis; São Bento do Sul; São João de Montenegro; Feliz; Pelotas (2)
Antonio RIGOTTI; Carlo FORNACIARI; Carlos STIEBLER; Frederico WINTER; José WEISS; Martin KASCHER, Francisco e Antonio FREEZ; Sebastian KUNZ; Silvio e Salvador GIUBILEI; Norbert Van Der KAMP	MG	Pouso Alegre; Belo Horizonte; Juiz de Fora (4); São Sebastião do Paraíso; Leopoldina
Friedrich METZENTHIN; João LEITNER	PR	Ponta Grossa; Curitiba

Henri Joseph LEIDEN	PE	Recife
Natal FABBRI; Antonio De PALMA e Pascoal GARGARO; Biagio e Ricardo GINI; Angelo FRANCESCHINI; Vittário e Adelema BORETTI; Quatro BERTOLDI e Salvatore LIVI; Augusto MOJOLA; Henrique STUPAKOFF; Luis BÜCHER; Paulo SCHMIDT e Frederico FAUST; Vitor NOTHMAN; Jean-Jacques OSWALD	SP	Brodowski; Campinas (3); Itapira; Ribeirão Preto; Jundiaí São Paulo (5)
Pedro VERMA e Roberto BACHMANN; Carl RISCHBIETER; Henrich FELDMANN; Heinrich HOSANG; Alfred TIEDE; Albrecht SCHMALZ	SC	Canoinhas; Blumenau (3); Joinville (2)
Albano De BEAUCLAIR; George GRUNER e Otto Emil MULLER; Pedro GERHARDT; Carlos KRIGER; Joaquim CHIDAL; Thimóteo DURIER; VOEGELIN & BAGER; João BAYER; Henrique LEIDEN; Carlos REY e Luiz Augusto CHEDEL; Jacob NAUERTH ; Henrique KOECHLER; Joaquim CHIDAL; Frederico EPPELSHEIMER; Carlos BERNSAU; João HEIB; João Henrique CASPARY; Joseph VILLIGER; Preiss HAUSSLER	RJ	Nova Friburgo; Niterói; Petrópolis (4); Rio de Janeiro (13)

Fonte: Elaborado a partir de COUTINHO, C. A. T. A história da cerveja no Brasil. Disponível em: <http://www.cervisiafilia.com.br>. Acesso em: 23/04/2017

O quadro mostra apenas os proprietários estrangeiros ou descendentes de imigrantes, sendo que havia muitas fábricas de proprietários nacionais. Outra ressalva é a dificuldade de coleta relatada pelo autor.

Afirmamos, então, que os dados supracitados não são completos e apresentam lacunas. No entanto, há um esforço para caracterizar de formais mais gerais do cenário da produção de cerveja no Brasil no século XIX e a ligação da produção de cerveja com a cultura trazida pelos imigrantes.

Dessa forma podemos verificar que o desenvolvimento do setor cervejeiro está fundamentalmente ligado às áreas de concentração de imigrantes, sobretudo alemães (LIMBERGER, 2013). A migração trouxe uma significativa divisão social do trabalho e conhecimento que impulsionaram o desenvolvimento e a diversificação de indústrias de pequeno porte, como fábricas de cerveja (ROCHE, 1969).

Atualmente existem vários fatores que demonstram o avanço da cultura cervejeira no Brasil. Podemos citar o crescente número de escola de cerveja, hoje 9 em 4 quatro estados, além de instituições de ensino que tem cursos de cerveja como o Senac e a FGV em SP, o Senai no RJ e a Universidade Positivo no PR.

Um dos veículos de maior alcance para divulgação da cultura cervejeira são os blogs. No Brasil existem mais de 200 blogs sobre cerveja, seja inteiramente sobre ela ou associados à gastronomia (BELTRAMELLI, 2014).

Para se limitar apenas aos três maiores eventos de cerveja no Brasil temos em março o Festival da Cerveja em Blumenau-SC e em outubro o Mundial de la Bière no Rio de Janeiro-RJ, tendo públicos de mais de 40 mil pessoas por evento. O maior evento cervejeiro é a Oktoberfest de Blumenau que teve sua primeira edição em 1984. A versão brasileira da festa da Baviera é a maior fora da Alemanha e em 11 dias de festa, em 2016, foram mais de 300 mil pessoas no Parque Vila Germânica, na capital nacional da cerveja.

Uma importante contribuição à cultura cervejeira no país é dada pelas AcervAs, Associações de Cervejeiros Caseiros. Esses grupos constituíram sua primeira instituição no Rio de Janeiro em 2006 e hoje totalizam 17 estados.

Além dessas características existem muitas lojas, franquias e clubes de assinaturas de cervejas em todo o país mostrando a expansão, de um lado, do mercado cervejeiro e, do outro, da cultura da cerveja no Brasil.

2.4 O desenvolvimento territorial da cerveja

A análise do desenvolvimento territorial extrapola a verificação apenas de dados e busca reconhecer como o território se articula entre seus agentes para se desenvolver. Essa perspectiva parte da visão da construção do território local no desenvolvimento nacional frente aos processos de globalização (VEIGA, 2002).

Um dos principais debates sobre o desenvolvimento é seu caráter local-global e o principal desafio de suas estratégias é identificar e valorizar o potencial local (PECQUER, 2000). A tecnificação dos territórios (SANTOS, 1994) junto da organização dos agentes locais, transforma os territórios em fio condutor do desenvolvimento (DALLABRIDA; BECKER, 2003; ABRAMOVAY et al, 2010).

Sendo assim podemos conceituar o desenvolvimento territorial como uma “ação coletiva intencional de caráter local, um modo de regulação territorial, portanto, uma ação associada a uma cultura, a um plano e instituições locais, tendo em vista arranjos de regulação das práticas sociais” (PIRES, et al., 2006, p. 448).

A partir dessa premissa buscamos identificar as associações locais, regionais e nacionais do setor cervejeiros. Neste cenário temos o Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja-SINDCERV que é a mais antiga instituição no setor fundada na década de 1950. Atualmente a maior instituição é a Associação Brasileira da Indústria da Cerveja-CERVBRASIL, fundada em 2012 e que reúne as quatro maiores fabricantes da bebida no país (Ambev, Brasil Kirin, Grupo Petrópolis e Heineken Brasil) que respondem por cerca de 96% do mercado .

A maior representação dos pequenos iniciou em 2008 com a criação da primeira organização estadual, a Associação das Microcervejarias de Santa Catarina-ACASC, em 2012 a PROCERVA-Associação das Microcervejarias do Paraná e em 2013 foi criada a Associação Gaúcha de Microcervejarias-AGM. Após a representatividade dos estados do Sul surgiu, em 2013, a Associação Brasileira das Microcervejarias e Empresas do Setor Cervejeiro-ABRACERVA. Por fim, em 2015 a Associação Paulista de Cerveja Artesanal. Como se pode notar existe clara distinção de representação e poder entre as grandes e pequenas cervejarias.

Os empregos formais gerados pelo setor fornecem uma visão do impacto nos estados e nas microrregiões. Os dados da RAIS foram coletados de 2000, 2010 e 2015 para verificarmos a evolução do número de empregos. O estado de SP aparece como maior gerador de empregos com números crescentes (6575; 8752 e 11695) seguido o RJ (3223; 4685 e 5089). Fora do eixo Rio - São Paulo, temos, como destaque, o

estado de PE (669; 1620; 2128) e da BA (1378; 1713; 2096).

Na outra escala geográfica quem lidera é a microrregião do Rio de Janeiro com mais de 2000 empregos em toda série histórica, o interior de São Paulo surge com 4 microrregiões (Campinas; Tatuí; São José dos Campos; Sorocaba) com mais de 1500 vínculos no setor no último levantado e aparecendo em toda análise temporal. Outro destaque são as microrregiões do nordeste (Itamaracá 1611; Alagoinhas 1307; Aglomeração Urbana de São Luís 910; Belém 860) que vêm crescendo na participação de geração de empregos, sobretudo no ano de 2015.

Podemos ver que esses números esboçam o forte impacto que as grandes empresas provocam nos espaços devido ao seu tamanho e volume de produção. Apesar das pequenas cervejarias empregarem 15 vezes mais que as grandes cervejarias a cada hectolitro de cerveja devido a questões tecnológicas e de investimento no montante final as grandes empregam muito mais (CERVBRASIL).

Após todos esses encadeamentos de ideias podemos identificar os territórios da cerveja fazendo um exercício escalar. Para tal, não podemos deixar de levar em consideração que ao se realizar um recorte de análise automaticamente temos uma escolha da escala geográfica, logo, a eleição de uma escala pressupõe um recorte territorial dotado de um significado explicativo (CASTRO, 2014).

A escolha final da escala dos territórios da cerveja levou em consideração as relações em rede que os territórios estabelecem (CASTELLS, 1999), sendo assim a melhor forma de representar os territórios da cerveja é a partir da microrregião. Essa escala se mostra representativa para os fenômenos em tela, pois admite uma relação de intermediação entre a escala dos municípios e a escala da UF. Essa escala foi usada na obtenção dos dados e na caracterização dos territórios da cerveja, porém outras formas de representar esse fenômeno serão utilizadas.

Os territórios da cerveja, então, são aquelas microrregiões que têm a concentração da produção, lastro histórico e uma maior articulação dos principais agentes envolvidos na rede de produção com implicações para o desenvolvimento territorial. Cartograficamente a imagem a seguir traz um mosaico considerando a ideia da expansão do meio técnico-científico informacional no território nacional com enfoque na chamada região concentrada (SANTOS; SILVEIRA, 2001).

Nesse exercício escalar o mapa traz os municípios destacados e não as microrregiões, isso para pontuar melhor a localização das cervejarias, porém os municípios tiveram seus territórios alargados em tamanho para expressar as relações em rede que possuem e melhor representar o fenômeno.

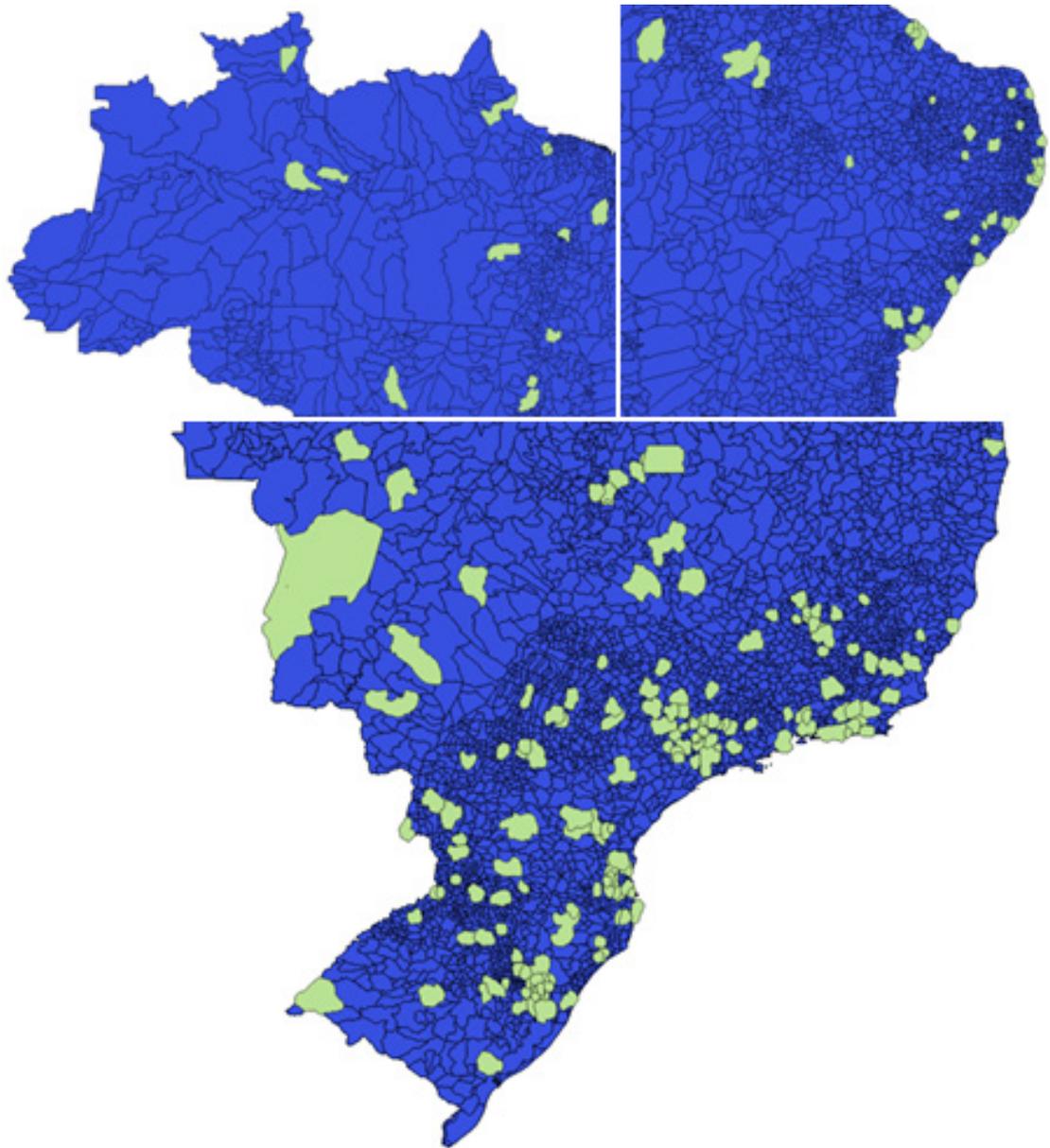


IMAGEM 1: Mosaico de regiões e municípios com cervejaria no Brasil em 2015

Fonte: Elaboração própria utilizando dados da RAIS e o software QGIS

Como podemos notar a espacialização por municípios mostra a importância da microrregião na ideia dos territórios da cerveja. Na região concentrada fica evidente núcleos na microrregião de Porto Alegre (22 cervejarias nos dados da RAIS), Belo Horizonte (15), Curitiba (12), Blumenau (12), Caxias do Sul (10), Gramado-Canela (9), Serra (7), Rio de Janeiro (7), São Paulo (7) Ribeirão Preto (6), Piracicaba (6), Campinas (6), Vale do Paraíba Fluminense (5), Jundiaí (5), Joinville (5), Florianópolis (5).

Fora da região concentrada existe a formação de um arco no litoral nordestino com Recife (4), Fortaleza (3), Salvador (3), Itamaracá (3), o eixo Brasília (4) - Goiânia (9) e pontos mais isolados no Centro-Oeste e Amazônia, Manaus (5), Belém (5), e Cuiabá (3), porém como não contém lastro histórico e processos de desenvolvimento territorial podem ser considerados os novos territórios da cerveja.

3 | OS PROCESSOS DE TERRITORIALIZAÇÃO/TERRITORIALIDADE NA CERVEJA

Atualmente a globalização por meio dos fluxos intensos promove a fuga do território enquanto identidade, este processo desterritorializa tudo o que encontra pela frente ressignificando os territórios (IANNI, 2002). As interações entre o local e global e as articulações expandidas dos territórios locais em relação à economia mundial são complementares e são designados de “glocalização” (BENKO, 2001).

Enquanto os processos globais “implantam-se” no local, ao mesmo tempo, o local pode globalizar-se (HAERSBAERT, 1999). Com efeito não há desterritorialização sem reterritorialização, tratando-se de movimentos indissociáveis, este é o mito da desterritorialização (HAESBAERT, 2006).

A cerveja enquanto elemento econômico, cultural e social pode sofrer os processos de territorialização. Um bom exemplo é quando se toma uma Budweiser, marca mais valiosa de cerveja do mundo, o global se coloca no local, ou seja, a cerveja se desterritorializa. Neste momento se entra em uma rota de fuga do território onde se está inserido e se transporta para um território internacional, os laços de identificação são diminuídos e as relações com o global aumentam.

Do outro lado, quando se toma uma cerveja artesanal de sua região, é o local que se sobrepõe, os agentes de promoção dessa cerveja são os que vivem no seu território e não estão em salas refrigeradas a quilômetros de distância cuidados das marcas internacionais. Quando se bebe uma cerveja local podemos conhecer a fábrica, as pessoas que lá trabalham, até conhecer o cervejeiro. Existe um velho ditado alemão: a melhor cerveja é aquela que você bebe olhando para a chaminé da fábrica, mostrando o enraizamento cultural e a (re)territorialização da cerveja.

A territorialidade pode ser considerada como a qualidade que o território adquire conforme sua utilização ou apreensão, com efeito a vida cotidiana produz territórios e territorialidades (SAQUET, 2010). A territorialidade expressa como as pessoas se utilizam, organizam e dão significado ao território (HAESBAERT, 2007).

As relações sociais e as atividades diárias que as pessoas têm com o espaço, produzem identidades no cotidiano, constituindo o território de vida de cada pessoa ou grupo social num determinado lugar (SAQUET, 2006). Dessa forma a territorialidade não necessita de um território efetivamente material e pode ser uma construção simbólica (HAESBAERT, 2006).

Essas ideias dão suporte teórico aos territórios da cerveja enquanto locais de identidade de grupo de pessoas ligadas à cerveja, que estão conectadas ao mercado cervejeiro e/ou tem ações de hobby, lazer e turismo cervejeiro.

4 | CONCLUSÃO

Observando o cenário da cerveja no Brasil e no mundo podemos concluir que a expansão do setor se dá pelas grandes no lado do volume de cerveja e pelas pequenas

no lado da quantidade de cervejarias. Diante desse processo nossa metodologia pode identificar e caracterizar os territórios da cerveja.

Os territórios da cerveja possuem uma concentração de produção cervejeira e ligações históricas com o setor que promovem relações identitárias com o local e o surgimento de articulações internas para o desenvolvimento territorial.

A concentração da produção está na região concentrada e podemos fazer o regaste histórico das primeiras cervejarias também nestas localidades, tendo muitas cidades que mantiveram a produção e foram desenvolvendo a cultura cervejeira ao longo do tempo, criando os locais de identidade, os territórios da cerveja.

Essas dinâmicas são alteradas pelos processos da globalização provocando diferentes formas de territorialidades. Desse modo, os territórios da cerveja podem ser mais ligados às questões identitárias locais ou aos rumos da globalização, porém sempre considerando a indissociabilidade dos processos de territorialização.

Por fim concluímos que os territórios da cerveja, enquanto locais de concentração da produção com lastros históricos, podem ser considerados vetores do desenvolvimento territorial pelas articulações locais em torno da cerveja.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R.; MAGALHÃES, R; SCHRODER, M. Representatividade e inovação na governança dos processos participativos: o caso das organizações brasileiras de agricultores familiares.

Sociologias. Porto Alegre, ano 12, n. 24, mai./ago. 2010.

BARTH-HASS. **The Barth Report**. HOPS 2015/2016. Germain Hansmaennel. 2015. Disponível: http://www.barthhaasgroup.com/images/mediacenter/press_release/pdfs/692/barthreport2015-2016en.pdf. Acesso em: 01/12/2016.

BELTRAMELLI, M. **Cerveja, brejas e birras**: um guia completo para a desmistificar a bebida mais popular do mundo. São Paulo: Yeda, 2014.

BENKO, G. A recomposição dos espaços. Interações, **revista internacional de desenvolvimento local**, v. 1, n. 2, p. 7-12, 2001.

BRASIL. Ministério do Trabalho. **Relação Anual de Informações Sociais (RAIS)**. 2015.

_____. Ministério da Fazenda. **Sistema de Controle de Bebidas (SICOBE)**. 2015.

_____. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Sistema Eletrônico Integrado de Produtos e Estabelecimentos Agropecuários (SIPEAGRO)**. 2016.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CERVBRASIL - Associação Brasileira da Indústria da Cerveja. **Anuário**, 2016.

DALLABRIDA, V.; BECKER, D. Governança territorial: um primeiro passo na construção de uma proposta teórico-metodológica. **Desenvolvimento em questão**, ano 1, n.2, 2003.

HAESBAERT, R. **O mito da desterritorialização**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.

- _____. Território e multiterritorialidade: um debate. **GEOgrafia**, UFF, v.9, n.17, 2007.
- _____. Região, diversidade territorial e globalização. **GEOgraphia**, UFF, v.1, n.1, 1999.
- HOUAISS, Antonio, **A Cerveja e seus Mistérios**. Rio de Janeiro: Salamandra, 1986.
- LIMBERGER, S. O setor cervejeiro no Brasil: gênese e evolução. **CaderNAU - Cadernos do Núcleo de Análises Urbanas** (FURG), v.6, n.1, 2013.
- IANNI, O. **Teorias da Globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.
- PECQUEUR, B. **Le développement local**. Paris: Syros, Revue et Augmentée, 2000.
- PIRES, E.L.S; MÜLLER, G; VERDI, A. R. Instituições, Territórios e Desenvolvimento Local: Delineamento Preliminar dos Aspectos Teóricos e Morfológicos. **Geografia**. Rio Claro, v.31, n.3, p.437-454, 2006.
- ROCHE, J. **A colonização alemã e o Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: E. Globo, 1969.
- SAQUET, M. **Abordagens e concepções de território**. São Paulo: Expressão Popular, 2010.
- _____. Proposições para estudos territoriais. **GEOgraphia**, UFF, ano 08 , n. 15, p. 71-85, Jun. 2006.
- SANTOS, M. **Técnica, espaço e tempo**: globalização e meio técnico científico informacional. São Paulo: Hucitec, 1994.
- SANTOS, M.; SILVEIRA, M. L. **O Brasil**: território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- SANTOS, S. de P. **Os Primórdios da Cerveja no Brasil**. Cotia: Ateliê, 2004.
- VEIGA, J. E. da. A face territorial do desenvolvimento. **Interações**. Campo Grande, v. 3, n. 5, p. 5-19, 2002.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-85107-79-6

