

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
DEPARTAMENTO DE ZOOTECNIA E DESENVOLVIMENTO RURAL
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM AGROECOSSISTEMAS

Stéfane Ketlyn de Oliveira

**Fermentando resistência: organização coletiva de mulheres militantes para a produção
de cerveja artesanal no Rio de Janeiro**

Santa Catarina

2021

Stéfane Ketlyn de Oliveira

Fermentando resistência: organização coletiva de mulheres militantes para a produção de
cerveja artesanal no Rio de Janeiro

Trabalho de Conclusão do Curso de especialização em Agroecossistemas do Centro de Ciências Agrárias da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Agroecossistemas.

Orientadora: Profa. Dra. Marília Carla de Mello Gaia

Santa Catarina

2021

Ficha de identificação da obra

Oliveira, Stefane Ketlyn

Fermentando resistência: organização coletiva de mulheres militantes para a produção de cerveja artesanal no Rio de Janeiro / Stefane Ketlyn Oliveira ; orientador, Marília Carla de Mello Gaia, 2021.

78 p.

Monografia (especialização) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Agrárias, Curso de Especialização em Agroecossistemas, Florianópolis, 2021.

Inclui referências.

1. Caderno pedagógico. 3. Gênero. 4. Mulheres cervejeiras. I. Gaia, Marília Carla de Mello. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Especialização em Agroecossistemas. III. Título.

Stéfane Ketlyn de Oliveira

Fermentando resistência: organização coletiva de mulheres militantes para a produção de
cerveja artesanal no Rio de Janeiro

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de
“Especialista em agroecossistemas” e aprovado em sua forma final pelo Curso Especialização
em Agroecossistemas

Santa Catarina, 19 de maio de 2021.

Profa. Dra. Marlene Grade.
Coordenadora do Curso

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Marília Carla de Mello Gaia
Orientadora
Universidade Federal de Santa Catarina

Profa. Dra. Valeska Nahas Guimarães
Avaliadora interna
Universidade Federal de Santa Catarina

Msc. Lucinéia Miranda de Freitas
Avaliadora externa

Este trabalho é dedicado à minha ancestralidade, que semeou em
minha existência a resiliência e um olhar sensível à vida.

AGRADECIMENTOS

Gratidão.

Agradeço à minha família por ser meu eixo de equilíbrio.

Aos Coletivos de mulheres produtoras de cerveja artesanal “Sem Rótulo”, “Mulher Guerreira” e “Subversiva” pela parceria, carinho e disponibilidade.

Ao Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST), pela indicação e deposição de confiança.

À orientadora Gaia, pelas dicas, conversas e superação de desafios juntas.

À Bianca Santana e Gabriel de Avellar Amorim por, com muita leveza, construirmos coletivamente um dos objetivos desse trabalho, o caderno pedagógico.

À Turma, que mesmo com a distância física, se tornou cada vez mais unida, sensível e proativa para construir soluções para diversos problemas individuais e coletivos que tivemos ao longo do curso.

À Coordenação Política Pedagógica do curso que se reinventou em vários momentos e promoveu um ótimo diálogo com a turma, sempre.

À Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) pela iniciativa e resistência, nada fácil, de defender a Agroecologia enquanto uma ciência e práxis revolucionária em diversas iniciativas, incluso o curso de ‘Especialização em Agroecossistemas’.

Ao Programa Nacional de Educação na Reforma Agrária (PRONERA) por construir coletivamente e abraçar o debate agroecológico em curso voltado à Reforma Agrária no Brasil. Compreendendo que defender e agir para avançar com a Reforma Agrária e a educação nesse país é um ato revolucionário.

RESUMO

O número de cervejarias registradas no Brasil aumentou significativamente nos últimos anos. Iniciativas de coletivos de mulheres produtoras de cerveja artesanal vêm contribuindo para esse aumento e para desconstruir uma estruturação masculinizada da prática cervejeira. Nesse sentido, sob a perspectiva do Materialismo Histórico Dialético, buscou-se discutir os desafios e possibilidades do trabalho coletivo de mulheres militantes envolvidas na produção de cerveja artesanal. Utilizamos uma metodologia de natureza qualitativa, composta por pesquisa bibliográfica, aplicação de entrevista estruturada e elaboração de material formativo em forma de caderno pedagógico. Foi possível observar que as práticas dos coletivos estudados se deparam constantemente com os desafios apresentados por uma sociedade estruturada no patriarcado, lucro, racismo, na exploração das classes sociais e apropriação dos meios de produção. E, que o trabalho coletivo cooperado possui papel fundamental para a existência e resistência das iniciativas. A dificuldade no acesso a um material sistematizado e focado nas dúvidas e desafios iniciais apresentada pelas entrevistadas foi esteio da estruturação do caderno pedagógico que visa estimular e facilitar etapas de organização destes e novos coletivos de mulheres cervejeiras.

Palavras-chave: Caderno pedagógico. Gênero. Mulheres cervejeiras.

ABSTRACT

The number of registered breweries in Brazil has increased significantly in recent years. Initiatives by collectives of women craft beer producers are contributing to this increase and to deconstruct a masculinized structure of the beer practice. In this sense, from the perspective of Historical Dialectical Materialism, were discussed the challenges and possibilities of the collective work of militant women involved in the production of craft beer. We use a qualitative methodology, consisting of bibliographic research, application of structured interviews and preparation of training material in the form of a pedagogical notebook. It was possible to observe that the practices of the collectives studied are constantly faced with the challenges presented by a society structured in patriarchy, profit, racism, in the exploitation of social classes and appropriation of the means of production. And, that the cooperative collective work plays a fundamental role for the existence and resistance of the initiatives. The difficulty in accessing a systematized and focused material on the initial doubts and challenges presented by the interviewees was the basis for structuring the training pedagogical notebook that aims to encourage and facilitate stages of organization of these and new collectives of women brewers

Keywords: Pedagogical notebook. Gender. Beer women

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Preparação da bebida Cauim, com foco nas “senhoras do cauim”	33
Figura 2 - Número de cervejarias registradas por ano	36
Figura 3 - Composição das marcas de cerveja em relação à carbono 12 e 13 presentes nos cereais cevada e milho	41
Figura 4– Cevada	44
Figura 5 - Diferentes cores de cerveja decorrente de diferentes torrefações de maltes	45
Figura 6 - Grãos de cevada em processo final de malteação	46
Figura 7 - Produção de Lúpulo	47
Figura 8 – Flor de Lúpulo	48
Figura 9– <i>Saccharomyces cerevisiae</i>	49
Figura 10 - Tempo utilizado para conclusão do processo de fermentação alcoólica em cervejas tipo Lager e Ale	50
Figura 11 - Fundamentos da <i>mais valia</i>	54
Figura 12 – Exposição da imagem da mulher em propagandas de grandes cervejarias brasileiras - 01	61
Figura 13- Exposição da imagem da mulher em propagandas de grandes cervejarias brasileiras -02	61
Figura 14 – Propaganda de cervejaria apresentando duplo sentido, retomando ao contexto de sexualização da mulher	62
Figura 15 - Facilitação Gráfica do Coletivo Ideia Clara que explica o funcionamento	65
Figura 16 - Facilitação Gráfica do Curso Feminismo, Marxismo e Diversidade organizado pelo MST Sudeste, em Maricá no ano de 2020. Facilitadora Bianca Santana.	65
Figura 17 – Facilitação Gráfica compondo o caderno pedagógico de apresentação da Lei Aldir Blanc	67
Figura 18 - Identidade do Coletivo “Sem Rótulo”.	72
Figura 19- Identidade do Coletivo “Subversiva”	74
Figura 20 - Identidade do Coletivo “Mulher Guerreira”	75

Figura 21 – Capa do caderno pedagógico “Fermentando Resistência – Organização Coletiva de Mulheres para Produção de Cerveja Artesanal” sobre produção de cerveja artesanal por coletivos de mulheres	81
Figura 22 - Facilitação gráfica que aborda expressões machistas que são naturalizadas no dia a dia no contexto da cerveja	82
Figura 23 - Facilitação gráfica que apresenta os quatro ingredientes básicos para produção de cerveja artesanal	83
Figura 24 – Proposta de planilha organizativa para utilização pelos coletivos de produção de cerveja	84

LISTA DE TABELAS E QUADROS

Quadro 1 - Descrição dos direitos conquistados pelas lutas das mulheres no Brasil e o ano 42

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 OBJETIVO	17
2.1 Objetivo Geral	17
2.2 Objetivos Específicos	17
3 HISTÓRICO DA CERVEJARIA ARTESANAL	18
3.1 Cerveja e os insumos base	25
3.1.1 Composição básica	29
3.2 Produção de cerveja: imposições do agronegócio e novas perspectivas agroecológicas	35
4. MULHER, PATRIARCADO, TRABALHO E AGROECOLOGIA	38
4.1 Trabalho e violências: contextualização do lugar social imposto à mulher produtora de cerveja artesanal no Brasil	41
5 FACILITAÇÃO GRÁFICA: UMA FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO	48
6 METODOLOGIA	53
7 COLETIVOS DE MULHERES CERVEJEIRAS ARTESANAIS E MILITANTES DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO	55
7.1 Breve histórico dos coletivos	56
7.1.1 Coletivo Sem Rótulo	56
7.1.2 Coletivo Subversiva	57
7.1.3 Coletivo Mulher Guerreira - Artesanal e Feminista	58
7.2 No caldeirão: organização coletiva da produção cervejeira artesanal	60
7.3 Nossa formação: pesquisar, ler, organizar e militar	62
8 ELABORAÇÃO DE CADERNO PEDAGÓGICO UTILIZANDO METODOLOGIA DE FACILITAÇÃO GRÁFICA	63
9 CONCLUSÃO	69
10 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	70

1 INTRODUÇÃO

A estruturação social em que vivemos se baseia em princípios e valores impostos como o lucro, superexploração, racismo, patriarcado e a divisão em classes sociais para que seja possível sua existência, permanência e resiliência em crises cíclicas. Buscando a superação das diversas mazelas sociais oriundas dessa estruturação, iniciativas de diferenciadas formas são construídas diariamente buscando novos pilares e valores, quiçá até a superação desta forma social e constituição de uma nova.

Para estabelecer novos pilares na organização social, enxergamos na Agroecologia uma ferramenta potente de ação e nos movimentos sociais um exemplo efetivo de seu forjar. As mulheres estão intimamente ligadas aos processos agroecológicos ancestralmente, desde o cuidado com as sementes crioulas, o conhecimento das ervas e seus preparados, o cuidado e organização coletiva. Materializar Agroecologia é estruturar o feminismo e as diversas soberanias populares, é pensar tradições, renovações, diálogos e práxis revolucionárias. Enquanto uma ferramenta de pensar, organizar e praticar uma nova forma de sociedade, baseada em outros valores e pilares, a Agroecologia se faz uma esperança e uma potência em tempos tão sombrios. Com Foster (2005), apontamos a Agroecologia como uma das possibilidades de restabelecer a falha metabólica entre ser humano e natureza imposta por relações de trabalho e práticas sociais excludentes e destruidoras.

É nessa conjuntura que as mulheres encontraram lugar para traçar estratégias e somar forças para recuperar o espaço social e político que lhes foi usurpado historicamente. Nesse processo, o trabalho coletivo e cooperado são metodologias fundamentais, uma vez que as mulheres assumem as bases de sua organização, tornando-se conscientes do processo, o que possibilita o sentimento de maior pertença e o fortalecimento de laços de amizade, de luta, maior satisfação pessoal, flexibilidade organizacional, elaboração de diversas ideias inovadoras, além da maior resistência e resiliência para enfrentar desafios estabelecidos pelo capital.

O mundo do trabalho como é vivenciado hoje é uma estrutura cruel, organizado para a manutenção de uma diferenciação de classes e a superexploração, não sendo a/o trabalhadora/or, enquanto sujeitas/os, efetivamente participantes. Quando aprofundamos o tema para um recorte de gênero estará ainda mais presente a exploração do trabalho, o domínio do corpo e do lugar social destinado às mulheres.

Buscando ultrapassar essa superestrutura do capital, diversas iniciativas organizativas são construídas por mulheres. Enquanto um exemplo dessas iniciativas a produção de cerveja artesanal nas formas de coletivos de mulheres está conseguindo rasgar brechas para fomentar a maior participação no nicho cervejeiro. Retomando sua história, seu protagonismo e seu direito de ser o que quiser, onde quiser e quando quiser, sem limitações sociais preestabelecidas.

Nesse sentido, o presente estudo prossegue apresentando três iniciativas de coletivos de mulheres cervejeiras artesanais e feministas do estado do Rio de Janeiro. Buscando compreender como o método organizativo coletivo auxilia na materialidade das iniciativas, resistindo, reconstruindo e reafirmando, enquanto mulheres conscientes de sua opressão, o real papel da mulher na sociedade.

A pesquisa foi desenvolvida em um esforço de aproximação à perspectiva do Materialismo Histórico Dialético, de forma a flexibilizar e possibilitar uma abordagem dialética dos processos estudados, interagindo com a historicidade, que ocorre em determinado tempo social, com seres humanos que interagem e relacionam seu arcabouço de contradições.

Para tanto, este trabalho está organizado em revisão de literatura que se baseou na produção de cerveja, trabalho e gênero, e a relação destas discussões com a Agroecologia; bem como na apresentação da metodologia de comunicação da Facilitação Gráfica, ferramenta utilizada para sistematizar uma parte dos resultados desta pesquisa. Na sequência são apresentados a Metodologia e os Resultados, por meio da apresentação e discussão dos coletivos de mulheres cervejeiras artesanais e militantes, sujeitas deste estudo, e apresentação do caderno pedagógico elaborado.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

- Discutir os desafios e possibilidades do trabalho coletivo de mulheres militantes envolvidas na produção de cerveja artesanal.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Descrever o processo histórico, organizativo e produtivo de três grupos de mulheres cervejeiras militantes do campo e da cidade do estado do Rio de Janeiro;
- Investigar as formas organizativas de trabalho nos grupos envolvidos;
- Elaborar um caderno pedagógico de formação para mulheres, com enfoque na produção de cerveja de forma coletiva.

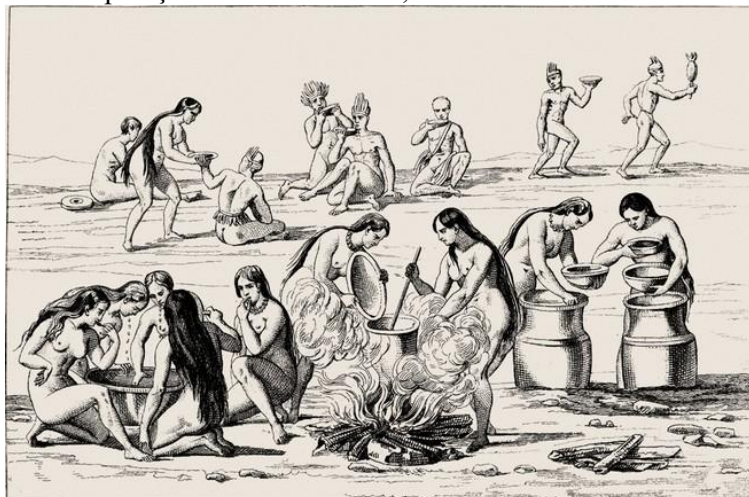
3 HISTÓRICO DA CERVEJARIA ARTESANAL

Estudos antropológicos apontam que na América do Sul já se realizava a fermentação de bebidas oriundas de uma diversidade de ingredientes, isolados ou combinados, como o milho, variedades de mandioca, caju, ananás, jenipapo, banana, batata doce e outros frutos, vegetais ricos em amido (aipim, batata doce e inhame, por exemplo), fungos, entre outros (NOELI E BROCHADO, 1998). Morado (2009) também discute a temática e acrescenta que povos escandinavos, asiáticos, além dos americanos, desenvolveram bebidas fermentadas no decorrer dos séculos que podem ser consideradas cervejas.

Barghini (2018), ao discutir diversos textos que envolvem a origem e características das bebidas denominadas de “cauim, caxiri, chicha...”, aponta que é possível distinguir dois tipos de ‘cervejas’ (fermentados): uma que era utilizada no “dia-a-dia”, diluída em água e com baixo teor alcoólico e, uma segunda, com teor alcoólico mais elevado, que não era bebida todo dia e que levava de quatro a cinco dias no processo de fermentação. Mas, destaca que eram e ainda são considerados alimentos líquidos, ricos em nutrientes, sendo eficiente contra diversas enfermidades intestinais. Majoritariamente, os povos indígenas nativos do continente americano realizavam sua fermentação pela adição de saliva, que era oriundo da mastigação da massa do cauim¹ pelas “senhoras do cauim” (LABATE, *et al.* 2008) (Figura 1). Nesse contexto, é importante ser observado que independente de ser realmente considerada cerveja ou não, os fermentados, dos mais diversos, já faziam parte da cultura dos povos existentes na Américas do Sul antes das invasões do continente.

¹ Cauim é um termo do tupi que faz referência às suas bebidas fermentadas (LABATE, *et al.* 2008)

Figura 1 - Preparação da bebida Cauim, com foco nas “senhoras do cauim”



Fonte: MONTELEONE, J. 2019.

As cervejas como conhecemos hoje no Brasil (originadas da fermentação majoritária de cevada) teve sua inserção cultural após as violentas invasões europeias em nossas terras americanas. Segundo relatos históricos, os holandeses foram os pioneiros a inserir a bebida no país, durante a ocupação em Pernambuco (1634-1654). Com a expulsão (retirada) destes, a cerveja deixou de ser produzida, e também em consequência da ascensão da cultura vinícola portuguesa e a consolidação da cachaça e gengibirra², permanecendo esquecida por mais de um século e meio (DE VARGAS, 2015). A reinserção da cerveja no território ocorreu como consequência da abertura dos portos para nações ‘amigas’, como a Inglaterra, a qual dominou seu mercado até 1870 (MORADO, 2009).

Kob (2000) aponta que o hábito de beber cerveja se mesclou à cultura brasileira, inicialmente através do consumo de produtos ingleses que chegavam por vias marítimas. É importante destacarmos também que esse processo de ‘mescla’ cultural se deu de forma extremamente violenta e excludente da cultura já existente. Os jesuítas, com os saberes cristãos e a metodologia de doutrinação, subjugararam e buscaram dominar os povos nativos, através da desqualificação cultural de características fundamentais que compunham a dinâmica local, assim como os ritos envolvendo o cauim (DE MELO E HERNANDES, 2016).

As cervejas produzidas nos modos europeus ocupavam o grupo denominado *Ale* ou de ‘alta fermentação’, como são chamadas as cervejas cujas leveduras utilizadas não necessitam de refrigeração no processo de fermentação. Segundo Krohn (2018), ao final de 1870, com

² Gengibirra é uma bebida fermentada produzida com gengibre. A tradução literal de seu nome do italiano é ‘cerveja de gengibre’.

inclusão de máquinas à vapor e frigoríficos e as evoluções tecnológicas, foi possível avançar com grandes fábricas e iniciou-se a produção de cerveja chamadas de *Lager* ou de ‘baixa fermentação’, cuja cepa de levedura realizam processo de fermentação em temperaturas muito baixas (antes somente possível em localidade que já apresentavam essas temperaturas ambientais naturalmente), nesse processo foi possível organizar uma produção de cerveja que poderia estar distante do consumidor, sendo denominada de ‘Revolução LAGER’.

A mesma autora ainda aponta que, com um crescimento do número de grandes cervejarias, como a ‘Cia Brahma’ e ‘Antarctica’ que utilizam da tecnologia de baixa fermentação, iniciou-se uma disputa intensa para avançar na preferência e mudança da percepção do consumidor pela cerveja produzida por essa tecnologia, considerando-a de qualidade e especificidades superiores às Ale’s. No entanto, apresenta que, inicialmente o público consumidor não percebeu a diferença entre as duas tecnologias de fermentação, então foram construídas diversas metodologias para avançar na disputa do mercado diante ao cenário, incluindo novas classificações, assim como observa-se atualmente com a produção “artesanal”(KROHN, 2018).

No início dos anos 1900 organizou-se uma manobra de fusão das quatro maiores empresas brasileiras cervejeiras do mercado de baixa fermentação da época (Bavária, Antarctica, Teutônia e Brahma), a fim de reduzir concorrência, custos, logística, propaganda, fomentar massivamente a propaganda de superioridade àquela de alta fermentação (DE NOVAIS, 2014) e centralizar o mercado nacional. O acordo entre as empresas, que duraria 30 anos, esfacelou-se em 1911, quando a centralidade regional e a política de incorporação de cervejarias concorrentes se acirraram por parte da Antarctica (SP) e Brahma (RJ). Culminando numa federação que representava, agora, apenas as duas empresas, dando fim ao acordo empresarial e reiniciando a disputa individualmente no mercado (KOB, 2000; DE NOVAIS, 2014).

Apesar dos enfrentamentos pelo mercado nacional, as grandes empresas que praticavam a produção de baixa fermentação possuíam a certeza de ser importante organizar táticas de enfrentamento e enfraquecimento das cervejarias de baixa fermentação. Nesse sentido, iniciativas de boicote tiveram início. Na frente dos órgãos públicos, houve tentativa de obter tratamento diferenciado sobre a incidência do Imposto de Consumo e resguardo na produção, alegando que seu produto possuía melhor qualidade, exigia um alto investimento em maquinários e abarcava um grande número de operários nas fábricas (DE NOVAIS, 2014).

Mesmo nesse cenário de intensas disputas pelo mercado nacional por grandes empresas, as cervejarias de alta fermentação continuaram atuantes nos mercados locais e conseguia vender uma bebida bem aceita pelo público e mais barata. Frente a isso, em 1922 houve a proibição da venda de cerveja nas instalações organizadas nas fábricas (KROHN, 2018). Essa ação prejudicou fortemente essa frente de produção, uma vez que com vendas diretas conseguia reduzir o pagamento de impostos que incidiam na venda formal de bebidas alcoólicas

As cervejas de baixa fermentação eram subdivididas segundo a sua qualidade e direcionadas à classes sociais distintas. A de menor qualidade disputava acirradamente com as de alta fermentação (com baixos preços) e iniciavam a imprimir, no Brasil, a propaganda baseada na imagem da mulher, de forma erotizada e pejorativa (KROHN, 2018).

Krohn (2018) também apresenta que, na disputa pelo mercado que aplicava os baixos preços na venda de cervejas de alta fermentação, em 1927 a Brahma no Rio de Janeiro definiu reabrir a frente de produção de sua cerveja de alta fermentação, denominada “ABC”. Nessa empreitada, a autora dialoga com Novais (2014), apontando que, a propaganda da maior higiene, tecnologia, princípios científicos, benefício e segurança à saúde, entre outros argumentos da cerveja de baixa fermentação auxiliaram para que a Brahma conseguisse avançar no nicho de mercado também na de alta fermentação.

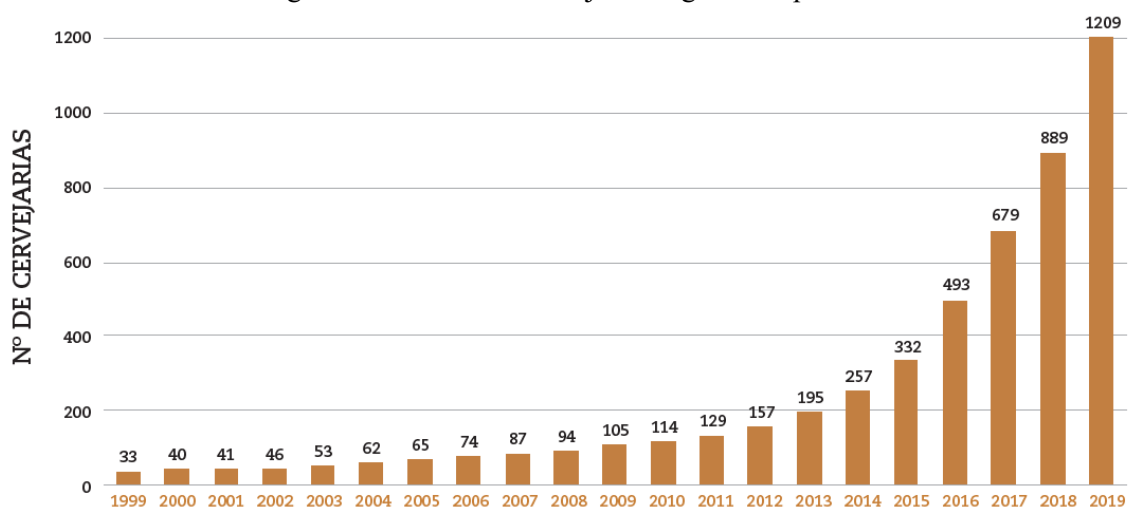
Nos anos de 1940 e 1950 há o aprofundamento do processo de concentração do mercado, ocorrendo à incorporação das diversas cervejarias ainda existentes na época no Brasil. Em 1999 as Cervejaria Brahma e Companhia Antartica se fundem (AMBEV, 2020), participando de grande parte do mercado interno e também do mercado externo. Em junho desse ano, é anunciada a união da Companhia Antartica com a Companhia de Bebidas das Américas, American Beverage Company, Compañia de Bebidas de Las Américas, sendo fundada a primeira multinacional brasileira de cerveja, a Ambev (AMBEV, 2021).

Em um processo de valorização da cerveja de baixa fermentação e suas possibilidades de grandes produções nas indústrias e eficiente processo de escoamento, essa frente do setor cervejeiro cresce, inovando em propagandas e buscando reduzir concorrência realizando a incorporação de suas concorrentes (KROHN, 2018). Além disso, estrutura-se na forma de oligopólios com grandes empresas internacionais, de forma a garantir todos os seus crescentes custos. No ano de 1999, a estrutura do mercado cervejeiro continua muito centralizada, passando a ser liderada pelas principais empresas: Ambev, Schincariol, Petrópolis e Kaiser-Molson (ROSA *et al.*, 2006)

Segundo Krohn (2018), as grandes cervejarias utilizavam principalmente da disputa por preços no mercado, possuindo pouca diversificação e até mesmo o retrocesso das frentes diversificadas que já existiam. Assim, chegamos ao momento de padronização, valorização da produtividade e empobrecimento do paladar da população devido a disponibilização de cervejas cada vez menos elaboradas em sabores, aromas e condimentos especiais. E, uma vez que o setor é extremamente concentrado, mesmo tendo um número razoável de “marcas”, a organização produtiva é muito semelhante já que se resumem a poucas indústrias concentradas.

Mais recentemente em 2020, podemos ver pelos dados apresentados no Anuário da Cerveja de 2019, publicado pelo Ministério da Agricultura e Abastecimento (BRASIL, 2020), que a tendência atual é o crescente do número de cervejarias registradas (Figura 2). O gráfico a seguir, demonstra claramente uma grande e constante expansão do setor, contando em 1999 com 33 estabelecimentos e chegando à 2019 com 1209.

Figura 2 - Número de cervejarias registradas por ano



Fonte: Anuário da cerveja, MAPA, Brasília, 2020.

Há um crescimento de 36,4% no período dos últimos 5 anos, com maior concentração na região Sul-Sudeste e crescimento na região Nordeste, com taxa crescimento de 22%, 75% e 68% nos estados do Rio Grande do Norte, Alagoas e Bahia, respectivamente. Com relação à proximidade que a população tem de cervejarias em relação ao território, o Rio de Janeiro tem a maior concentração, com uma cervejaria a cada 561 km² (BRASIL, 2020).

Outra base de dados que demonstra esse aumento no número de cervejarias no Brasil é o número crescente de registros de cervejas que foram efetuados no ano de 2019, chegando a

27.329, divididas em 1209 cervejarias. Essa realidade pode ter influência do fato que, em 2019, o sistema de registro de produtos passou por uma alteração, se automatizando e agilizando o processo burocrático. Nisso, a Instrução Normativa IN nº 72 de 16 de novembro de 2018, em seu II capítulo, sessão II que discorre sobre os “requisitos e procedimentos para o registro de produto”, no 11º artigo apresenta: “o registro será concedido automaticamente, ficando condicionada á disponibilização desta função no sistema SIPEAGRO³”.

Uma das frentes que vem crescendo com o aumento de cervejarias no Brasil são as denominadas “cervejarias Artesanais”. Ainda encontramos dificuldade em descrever e definir no senso comum do que se trata esse “fazer artesanal” junto aos consumidores. Em entrevista realizada por Khorn (2018), é possível notar que o público comumente realiza a associação entre artesanal e fazer manualmente, em pequena escala e sem contribuição de aparatos industriais. Nesse ponto de vista, o “artesanal”, a “Microcervejaria” e a “cervejaria cigana” entram muitas vezes em confronto, uma vez que muitos apontam que as microcervejarias e cervejarias ciganas⁴ já não estariam no enquadramento de artesanal. Na entrevista com proprietários de estabelecimentos produtores a autora pôde perceber que o consenso do uso do artesanal não é unânime e muitos preferem se autodenominar de microcervejarias, pequenos produtores, entre outros. Nesse contexto, apontam que há a existência de maior liberdade criativa, autonomia, noção autoral, cuidado ao escolher ingredientes, controle do processo produtivo, possibilidade de testar, mudar, errar, superar e evoluir junto ao gosto do público, oferecendo sempre bebidas diferente. Além disso, podem ganhar características culturais, com o incremento de alimentos típicos locais como rapadura, frutas, ervas, raízes, flores, entre outros. Essas características as diferem de grandes indústrias de produção em massa, que padronizam e engessa processos, oferta de novos paladares, tornando seu processo mais padronizado e ágil.

Mas, o mercado cervejeiro das grandes indústrias acumulou muito em todos esses anos de trajetória e disputas acirradas de mercado. E, já enxergando todo esse crescimento da produção de cervejas diferenciadas ganhando o gosto dos brasileiros hoje no mercado há a possibilidade de comprar cervejas de grandes indústrias, como AMBEV e que buscam atender

³ SIPEAGRO é o sistema utilizado pelo Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) para realizar o registro de Estabelecimento e Produtos Agropecuários. Tendo como função também realizar e acompanhamento de Processos Administrativos de Fiscalização. <http://sistemasweb.agricultura.gov.br/pages/SIPEAGRO.html>

⁴ Cervejarias Ciganas são àquelas que não possuem um local próprio de produção que apresente registro no MAPA para comercializar. Assim, alugam locais equipados, ou contratam inclusive a mão de obra desses para a execução das receitas desejadas, conseguindo cumprir as regras para comercialização.

ao público mais exigente, aplicando alguma característica em destaque como a ausência de cereais não maltados, mais lupuladas e ingredientes diferenciados, sendo muitas vezes, denominadas como “premium”, “superpremium” e “gourmet” como forma de caracterizar cervejas de qualidade superior (FERREIA *et al.*, 2019).

Concluimos nesse momento, que a história do desenvolvimento cervejeiro no Brasil se dá pelo avanço da cerveja de baixa fermentação, com o monopólio das grandes empresas que se reduzem hoje a pouquíssimas, baseadas na homogeneização de processos, gostos, aromas, cores, redução de custos e tendo como foco central a dominação do mercado de massa e sempre maiores lucros. Em contrapartida, iniciativas em menor escala de produção emergem, diversificando a produção, mas não necessariamente seus valores.

Nesse sentido, podemos perceber que o brasileiro (ainda que um público muito reduzido) está conseguindo ter contato com as diversas qualidades da produção artesanal de cerveja, havendo assim, a possibilidade provar algo novo. No entanto, sabemos que a classe trabalhadora, mesmo podendo ter maior contato (em feiras, mercados, bares, eventos, entre outros), não é contemplada com a possibilidade real de usufruir desse novo mundo das cervejas. Isso por estar imerso em um contexto social completamente diferenciado, no qual as prioridades e possibilidades são, muitas vezes, limitadas.

Nesse contexto, as grandes indústrias justificam suas características de cerveja de massa se respaldando em uma suposta “preferência brasileira” por cervejas leves e claras, mas não debatem que o paladar brasileiro está sendo moldado a anos com a imposição dessa cultura, através das cervejas que são disponibilizadas no mercado com um preço mais baixo. Essa questão é tão profunda que o paladar, acostumado com a cerveja sem características marcantes, ao se deparar com uma cerveja encorpada, com aroma, amargor, adocicada, cor intensa e outras características muitos a rejeitam à primeira prova. Sendo essa reação uma resposta desse intenso afinilamento de ingredientes e padronização de sabores.

Como forma de fugir desse processo produtivo de massa, algumas novas propostas organizativas vêm surgindo no ramo da produção de cerveja, como vimos representado pelo grande aumento de cervejarias registradas no MAPA nos últimos anos. Propostas como as de pequenas/os produtoras/es da classe trabalhadora organizada em uma frente produtiva coletivizada possui grande potencial de desenvolver uma metodologia produtiva que crie novos valores baseados na Agroecologia, como a liberdade criativa, escolha de bons insumos, cuidado atento à todas as etapas do processo de produção, preocupação em quem consome o a

bebida, gestão participativa, além de buscar praticar formas mais justas de produção, comercialização e socialização.

A organização coletivizada e cooperada possibilita a superação de alguns entraves produtivos, como a compra de insumos, organização de tempo-trabalho, administração e finanças, marketing, espaços de comercialização, entre outros. O início da produção pode ocorrer com as formas mais simples, utilizando pequenas ou grandes panelas, fogão industrial e utensílios cervejeiros, tendo como princípio inicial o autoconsumo e a socialização com amigos e parceiros. E, com a complexificação do processo, construir metodologias que facilitem e reduzam o desprendimento de trabalho nas brassagens para que a energia seja direcionada no aumento da qualidade, quantidade, distribuição e a redução dos custos para a possibilidade de uma comercialização mais justa, cada vez mais acessível á classe trabalhadora.

3.1 CERVEJA E OS INSUMOS BASE

No Brasil, o setor de bebidas possui a cerveja como um de seus principais itens, antecedido apenas pelos refrigerantes (CERVERI *et al.*, 2014). A definição de cerveja no Brasil é detalhada pelo DECRETO Nº 9.902, DE 8 DE JULHO DE 2019, que alterou o Anexo ao Decreto nº 6.871, de 4 de junho de 2009, que regulamenta a Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas. A partir do novo Decreto, a padronização da cerveja deixa de ser estabelecida pelo disposto em duas normas (Decreto 6.871/2009 e Instrução Normativa nº 54/2001), passando a ser definida somente no artigo 36 do Decreto 6.871/2009, conforme:

“Art. 36. Cerveja é a bebida resultante da fermentação, a partir da levedura cervejeira, do mosto de cevada malteada ou de extrato de malte, submetido previamente a um processo de cocção adicionado de lúpulo ou extrato de lúpulo, hipótese em que uma parte da cevada malteada ou do extrato de malte poderá ser substituída parcialmente por adjunto cervejeiro. § 1º A cerveja poderá ser adicionada de ingrediente de origem vegetal, de ingrediente de origem animal, de coadjuvante de tecnologia e de aditivo a serem regulamentados em atos específicos. § 2º Os adjuntos cervejeiros previstos no caput e qualquer outro ingrediente adicionado à cerveja integrarão a lista de ingredientes constante do rótulo do produto, na forma especificada em ato do Ministro de Estado da Agricultura, Pecuária e Abastecimento” (NR) (BRASIL, 2019).

O artigo 36 apresentado anteriormente do decreto Nº 9.902, abole o parágrafo 4º do decreto anterior, no qual era estabelecido o limite de 45% de adjuntos no total dos ingredientes da cervejano Brasil. Mas, mesmo este limite também sendo previsto na Normativa nº 54 do Ministério da Agricultura (MAPA), que não possuía atualização desde 2001, houve mobilização social com preocupações com as consequências das mudanças. Foi então que o MAPA, no mesmo ano de 2019 definiu e publicou a Instrução Normativa Nº 65, de 10 de dezembro de 2019 que estabelece os padrões de identidade e qualidade para os produtos de cervejaria. Nesta foi reforçado no Artigo 6º:

Art. 6º Adjuntos cervejeiros são as matérias-primas que substituam, em até 45% em peso em relação ao extrato primitivo, o malte ou o extrato de malte na elaboração do mosto cervejeiro.

§ 1º Consideram-se adjuntos cervejeiros a cevada cervejeira não malteada e os demais cereais malteados ou não-malteados aptos para o consumo humano como alimento.

§ 2º Também são considerados adjuntos cervejeiros o mel e os ingredientes de origem vegetal, fontes de amido e de açúcares, aptos para o consumo humano como alimento.

As alterações feitas permitiram com que os ingredientes de origem animal ou fúngica fossem aceitos na elaboração das cervejas, que antes eram chamadas de bebidas mistas. Além disso, apresenta novas possibilidades de expressões para cervejas com características específicas como: Cerveja Gruit (cerveja sem lúpulo ou com total substituição por outra erva), Cerveja Sem Glúten (elaborada com cereais que não fornecem glúten ou que contenha teor de glúten abaixo), Cerveja de Múltipla Fermentação, Cerveja Light (com valor energético de no máximo de 35 kcal/100 mL), Cerveja Malzbier (contém açúcares de origem vegetal, exclusivamente para conferir dulçor à bebida). As expressões “Cerveja Puro Malte” e “Cerveja 100% Malte” foram definidas para as cervejas que possuem sua totalidade de grãos como maltes de cevada ou extrato de malte. E, caso uma cerveja seja feita integralmente com malte de outro grão, deve ter a especificação do tipo de malte, por exemplo “Cerveja Puro Malte de Trigo”. E, para cervejas que possuem outros cereais, malteados ou não, é necessário colocar o ingrediente predominante na nomeação, como “Cerveja de Trigo”. Em relação ao teor alcoólico foi criada a nomenclatura “Cerveja com Teor Alcoólico Reduzido” para bebidas que tenham entre 0,5% ABV⁵ e 2% ABV; para àquelas acima de 2% ABV não precisam mais constar o nome “Cerveja com Álcool”, e “Cerveja sem Álcool” continua sendo aquela com até 0,5% ABV.

⁵ABV: Sigla de Alcohol by Volume, ‘Álcool por Volume’ traduzido do inglês

As mudanças presentes na normativa contribuem para o avanço de algumas frentes de insumos, rotulagem e definições. Mas, o ponto que muito se debate no ramo é o acréscimo de insumos diversificados nas receitas, dividindo opiniões. A adição de diversos insumos para além do malte de cevada, lúpulo, água e levedura são historicamente utilizadas na produção de cerveja, garantindo características especiais, fomentando a utilização de ingredientes locais e permitindo a utilização da criatividade para organização de novas e deliciosas receitas. Mas, esse processo de incremento e diversificação passa a ser questionável quando possui como finalidade central o barateamento da produção e aumento das taxas de lucro do setor.

Em pesquisa realizada pelo Centro de Energia Nuclear na Agricultura, da Universidade de São Paulo (USP) de Piracicaba, e da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), utilizou-se da ferramenta de observação da proporção de isótopos estáveis de carbono para determinar a composição e a qualidade de diversas bebidas, dentre elas a cerveja (MARDEGAN *et al*, 2013). Na pesquisa citada é apresentado que essa observação pode ser realizada analisando a proporção do peso dos dois carbonos mais comuns nos seres vivos: o carbono 12 (mais leve) e o carbono 13 (mais pesado), como em uma balança. Discutem que as gramíneas tropicais, como o milho, possuem maior receptibilidade ao carbono 13, em contrapartida que às de clima temperado, como a cevada, possuem maior receptibilidade pelo carbono 12. Sendo apontado pelos autores que, assim é possível realizar uma análise para verificar o quanto de cevada e milho está presente em cada amostra de cerveja. Realizando análises, a pesquisa concluiu que diversas marcas nacionais e importadas possuem quantidade de adjuntos do tipo C13, como o milho, em sua quantidade máxima permitida no país (45% do total dos grãos) ou pouco acima (Figura3). Além disso, observaram que a produção de grandes cervejarias possui maior teor de C13 quando comparadas às produzidas em cervejarias artesanais. E, que o preço de venda no mercado está associado à proporção de C13 presente na cerveja, sendo quanto maior a proporção, menor o preço.

Figura 3 - Composição das marcas de cerveja em relação à carbono 12 e 13 presentes nos cereais cevada e milho



Fonte: LOPES, J. R., 2012 (Adaptado).

Esse trabalho elucidava o debate da utilização de plantas como as gramíneas, que incluem o milho, arroz e trigo, por exemplo, na produção de cerveja, principalmente das grandes indústrias. O grande debate com essa adição está ancorado no processo produtivo do agronegócio no país que se respalda em tecnologias como a transgenia e o uso de agrotóxicos. Na agricultura, transgênicos são organismos geneticamente modificados, através de adição ou deleção de genes, com a finalidade de alterar características já existentes ou acrescentar-lhes novas (CAMARA, 2009). O sistema produtivo de milho transgênico está consorciado com a utilização massiva de agrotóxicos, desenvolvendo uma relação social e ambiental altamente degradante. Assim, uma das bebidas mais consumidas no Brasil hoje é composta por concentrações não declaradas de insumos transgênicos e não apresentam o “T” que indicaria essa adição em suas embalagens.

Com essa abertura, as grandes indústrias brasileiras de cerveja mais populares usufruem do máximo limite possível de insumos diversos para tornar a cerveja mais barata e fortalecer seus oligopólios. Uma das frentes que são fortalecidas nesse processo é o

agronegócio. Esse já fornece cevada e passa a abastecer o setor também com outros adjuntos cervejeiros para a composição de uma das bebidas mais tomadas no país.

3.1.1 Composição básica

3.1.1.1 Água

A água potável é percentualmente o ingrediente predominante na constituição da cerveja e possui grande importância para a elaboração de uma boa cerveja. Segundo Rosa e Afonso (2015), existem dois tipos de água que serão utilizados no processo cervejeiro: uma é a água de serviço, que não terá nenhum contato com o produto e a outra é a cervejeira, que será utilizada em contato com a cerveja e na lavagem de garrafas, latas e barris.

Segundo os mesmo autores, a água cervejeira necessita seguir alguns requisitos para que seja utilizada na produção, sendo importante não apresentar turbidez, possuir pH controlado (entre 5 a 9,5), padrões microbiológicos, sais minerais, cálcio, magnésio, zinco e cloreto. Também é importante que a água seja clorada, com ausência de ferro (REBELLO, 2009).

3.1.1.2 Cevada malteada: Malte

A cevada (*Hordeum vulgare* sp. *vulgare*) é uma planta anual, de estação fria, é uma monocotiledônea pertencente à família Poaceae (Figura 4). Possui origem no Oriente Médio, sendo um dos cinco cereais de maior relevância no mundo (STORMOVSKI, 2018). Mundialmente a cevada possui sua cultura destinada à alimentação da produção animal e produção de cerveja, majoritariamente (ANTONIAZZI, 2019).

Figura 4– Cevada



Fonte: EMBRAPA, 2015.

A malteação é uma tecnologia que consiste no processo de germinação parcial, com posterior desidratação, podendo ser ou não tostado sob condições controladas (BRASIL, 2019), o que atribuirá diferentes colorações à cerveja a depender de sua intensidade (REBELLO, 2009) (Figura 5). O processo pode ser realizado com qualquer cereal (milho, soja, centeio, aveia entre outros), sendo que na cerveja, quando se utiliza o termo “malte”, sem especificar de qual grão se trata, entende-se ser o de cevada.

Figura 5 - Diferentes cores de cerveja decorrente de diferentes torrefações de maltes



Fonte: ROMERO, 2020.

A malteação possui quatro etapas básicas: maceração (hidratação), germinação (desenvolvendo enzimas e tornando o amido mais solúvel), secagem (paralisação da atividade biológica) e crivagem (retirada da radícula e caudículo formados no processo de germinação) (PICCINI, MORESCO E MUNHOS, 2002) (Figura 6). Após o processo de malteação, enzimas e carboidratos encontram-se disponíveis para a efetivação dos demais processos e elaboração da cerveja.

Figura 6 - Grãos de cevada em processo final de malteação



Fonte: BOROWSKI, 2019.

3.1.1.3 Lúpulo

Descrito pela primeira vez em 1949 por Pólya, o lúpulo (*Humulus lupulus* L.) pertence a família Cannabaceae, que possui apenas mais um gênero denominado Cannabis (SOUSA, 2005). Possui necessidade de período bem definido de inverno, tendo sua produção mundial concentrada entre os paralelos 35° e 55° do hemisfério norte e entre os paralelos 35° e 55° do hemisfério sul (RODRIGUES, *et al.*, 2015). Suas regiões com maiores produções na Europa possuem temperaturas médias de 8 a 10 °C ao ano (RYBACEK, 1991). E o autor ainda aponta que existem três frentes produtivas em áreas que não estão contidas nas áreas citadas de melhor aptidão, sendo uma zona na Rússia, uma em Burma (Myanmar) e outra no Zimbábue.

O lúpulo é uma planta perene, não sendo necessário refazer o replantio após cada colheita, sendo produtiva durante 15 anos, aproximadamente (Figura 7). Seu início de produção ocorre ao terceiro ano. Por essa característica, da produção que ocorre no Brasil, muitas ainda não atingiram seu período produtivo (CANAL RURAL, 2020)

Figura 7 - Produção de Lúpulo



Fonte: MAPA, 2020.

Para que sua floração ocorra naturalmente, são necessários pelo menos 120 dias de calor com fotoperíodo de 15 horas e baixas temperaturas no inverno (HILTON, 2002) (Figura 8). Para seu cultivo é necessária abundante disponibilidade hídrica, mas seu solo necessita ser profundo, com pH entre 6 e 7, com boa drenagem e leve. Nos plantios realizados em Portugal são utilizados em torno de 500m³ de água por hectare (CARRILHO, 1981). Em locais de desenvolvimento espontâneo, o lúpulo avança fazendo uso de árvores, canaviais, muros, ou outras superfícies que consiga se aderir. Na produção planejada, são montadas estruturas de tutoramento confeccionadas por troncos de madeira, arames e fio.

Figura 8 – Flor de Lúpulo



Fonte: Lupulândia, [s/d].

O lúpulo possui crescente procura no mercado, uma vez que a frente cervejeira artesanal vem crescendo. No processo cervejeiro a parte utilizada é sua flor fêmea seca (ROSA & AFONSO, 2014). Sua adição proporciona característica como de aroma e amargor, além de promover maior conservação da cerveja. No Brasil, há a expansão das experiências para avançar na produção do lúpulo, como já ocorrem em diversos estados brasileiros. A descoberta e seleção de um lúpulo brasileiro na Serra da Mantiqueira (RJ, MG e SP), denominado Mantiqueira, potencializou ainda mais as iniciativas de produção nacional. Atualmente, a produção chega à dimensão de 40 hectares aproximadamente, sendo que Santa Catarina possui a maior concentração de iniciativas.

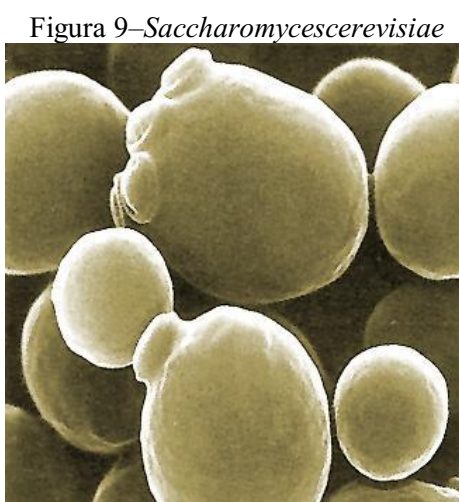
Existem algumas iniciativas em andamento visando incentivar a produção de lúpulo no Brasil. Segundo MAPA (2020) há um projeto em andamento que possui objetivo de incentivar dando subsídios a produção de lúpulo no Brasil, com metodologias sustentáveis, procurando promover maior subsídios para o produtor rural e aos envolvidos.

A produção nacional possui promissora inserção no mercado brasileiro, conseguindo reduzir custos de importações e imbuindo a cerveja de características únicas e inovadoras. Além disso, pode ser uma frente produtiva interessante à agricultura familiar, uma vez que são plantas perenes, que podem ser cultivadas em espaços de pequena extensão e apresenta bom valor agregado. Mas, o desafio ainda é grande, uma vez que a produção, o beneficiamento e o acondicionamento do lúpulo necessitam de instrumentos específicos, dos quais ainda está em fase inicial de organização, desenvolvimento e aquisição no país.

3.1.1.4 Levedura

A levedura, apesar de não ser considerado um ingrediente presente na composição final da cerveja, é um componente vivo indispensável para que as transformações bioquímicas necessárias para a transformação do mosto em cerveja sejam efetivadas.

Levedura é nome destinado aos fungos que são compostos, predominante e usualmente, na forma unicelular, sua reprodução vegetativa geralmente ocorre por gemulação ou brotação (BENTO *et al.*, 2006) (Figura 9). Segundo os autores, o *Saccharomyces cerevisiae* é uma levedura gemulante muito característica e diversas cepas desta espécie são utilizadas na produção de bebidas alcoólicas como a cerveja.

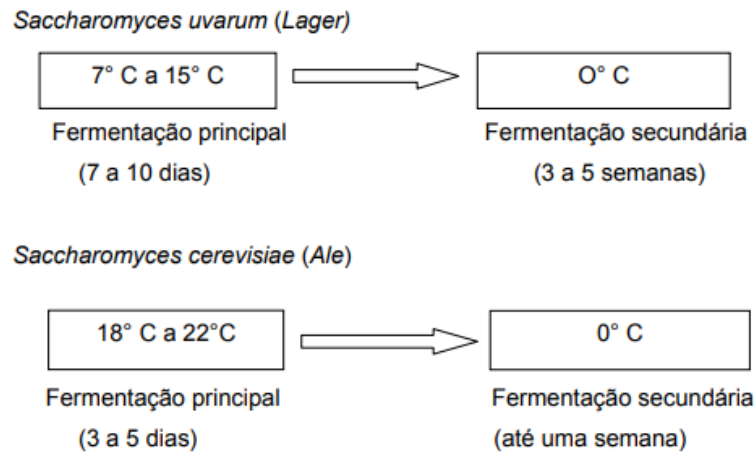


Fonte: MONTEIRO, [S/D].

As leveduras, de forma geral, se multiplicam com certa velocidade, tornando-as adaptadas às condições específicas da fabricação, logo, duas cervejarias distintas utilizando a mesma variedade de levedura produzirão cervejas distintas e únicas (BORTOLI *et al.*, 2013). Segundo os autores, todas as leveduras utilizadas na produção de cervejas tipo Ale ou Lager são cepas de *S. cerevisiae*, que são compostas por diversos microorganismos. Mas, é possível observar nos trabalhos publicados que as leveduras utilizadas para a produção do tipo Lager também podem ser chamadas de *S. carlsbergensis*, devido a diferenças bioquímicas entre elas. Ou até mesmo caracterizadas como espécies diferenciadas, sendo separadas em: *Saccharomyces cerevisiae* (alta fermentação - Ale) e *Saccharomyces uvarum* (baixa fermentação - Lager) (SILVA, 2005). Na prática temos que as leveduras de alta fermentação

são adaptadas a temperaturas mais altas (entre 18 a 22°C) e se dispõem flutuante no período da fermentação. Enquanto as de baixa fermentação são mais adaptadas à temperatura mais baixas (entre 7 a 15°C) e se distribuem mais ao fundo do fermentador. Além dessas características, Russel (1994) aponta que as cervejas de alta fermentação possuem tempo expressivamente menor para estarem prontas (Figura10).

Figura 10 - Tempo utilizado para conclusão do processo de fermentação alcoólica em cervejas tipo Lager e Ale



Fonte: RUSSEL, 1994.

3.2 PRODUÇÃO DE CERVEJA: IMPOSIÇÕES DO AGRONEGÓCIO E NOVAS PERSPECTIVAS AGROECOLÓGICAS

As tecnologias utilizadas pelo agronegócio em suas produções nos grandes latifúndios brasileiros se respaldam no processo iniciado na década de 1950, denominado Revolução Verde. Com o discurso de intensificação de produção agrícola para o combate à fome mundial, diversas tecnologias desenvolvidas no período da Segunda Guerra Mundial foram redirecionadas à agricultura, uma vez que a indústria bélica encontra nesta um potencial nicho de mercado consumidor a medida que alguns processos industriais foram alterados e direcionados para a produção de fertilizantes químicos, equipamentos mecânicos e agrotóxicos (DA COSTA, 2017). A fome não acabou, a distribuição igualitária de alimentos globalmente não avançou como deveria e as consequências de todas essas intervenções estão sendo cada dia mais percebidas. Costa (2017) nos atenta às preocupantes consequências da Revolução Verde para o desequilíbrio climático e a destinação de diversos novos resíduos gerados, com os quais não há uma destinação correta e são utilizados e eliminados

acarretando uma intensa contaminação de nossos solos, água, flora e fauna. Nesse processo, a cultura das sementes crioulas e modos de produção tradicionais foram profundamente abalados, tornando agricultoras e agricultores reféns de um pacote tecnológico que danifica profundamente o ecossistema, a organização social, política e ambiental local.

Em contrapartida a todas essas intervenções, reações da população e de movimentos sociais organizados se tornaram cada vez mais intensos em buscar de contrapor a imposição da Revolução Verde e as consequências da agricultura industrial, intensificando mundialmente o debate de uma agricultura que se desenvolve desrespeitando as práticas ancestrais que foram desenvolvidas na agricultura, juntamente aos processos naturais. Das somas dessa movimentação ao longo dos anos surgiu, nos anos 1970 o movimento de Agricultura Alternativa (DA COSTA, 2017). Essa buscava trazer e praticar novos valores para a produção de alimentos e convívio social. Seus debates e adeptos aumentaram e, em busca de aprofundamento de suas bases teóricas, em reação às críticas que diziam se tratar de uma agricultura ultrapassada e obsoleta, a chamada Agroecologia se estrutura e amplia até a atualidade (ASSIS, 2005).

Como nos aponta Leff (2002), a Agroecologia, no viés agrícola, é uma alternativa sustentável que caminha baseada a uma lógica que busca novos valores para suas práticas, não sendo mais regida pelo capitalismo predatório em que há o desrespeito na superexploração da capacidade nutritiva da terra. A Agroecologia está vinculada à uma mudança de paradigma que discute e questiona o modelo de desenvolvimento de sociedade em que vivemos, apontando para o caminho sustentável, com a indissociabilidade entre as práticas agrícolas e as questões do campo macrossocial que valorizam a equidade e o bem estar, que deve alcançar a esfera coletiva e os recursos naturais reconstituídos (BALEM, 2002).

A partir dessa, acreditamos que é possível pensar, organizar e reestruturar as relações sociais que desenvolvemos em nossas interações. Possibilitando também que, no caso da produção de cereja, sejam facilitados e incentivados processos e metodologias agroecológicas que visem potencializar a produção de cerveja artesanal de forma mais justa (socialmente, ecologicamente e economicamente) e coletivizada.

Como apontamos ao longo do texto até o momento, na organização e produção de cerveja há um histórico rico em contradições e desafios para avançarmos em uma elaboração de um alimento líquido realmente saudável e de acesso real para a classe trabalhadora. Outro ponto interessante de ressaltarmos, que será o rumo do texto a partir deste ponto, é

compreender como o histórico da cerveja se cruza de forma intensa e indissociável com a estruturação social capitalista em seu pilar do patriarcado. Construindo relações de gênero marcantes e que moldaram o papel da mulher na organização, produção e comercialização de cerveja até a contemporaneidade.

4. MULHER, PATRIARCADO, TRABALHO E AGROECOLOGIA

Naquele momento já não se ouvia mais a respiração, porque havia outros sons mais fortes, o som da quebra das correntes nos arrepiava, nos provocava gritos emocionados, como se aquelas correntes que identificavam o latifúndio não fossem só isso, e de fato não eram. É nessa concentração, nesse poder que se apresentam o tráfico, a exploração, a violência, e a apropriação de nossos corpos, de nossas vidas, de nosso trabalho e do poder de dominação.

Aquelas correntes de fato tão fortes, tão grossas, malditas, pesadas e cruéis tinham que ser quebradas, rompidas, estraçalhadas. O “tililim” do impacto do machado e da marreta na quebra das correntes que nos aprisionam, soava como uma música clássica aos nossos ouvidos tão desacostumados a escutar.

As mulheres e a quebra das correntes – Rosmeri Witcel

O domínio da história é uma ferramenta inestimável de poder, sendo ela contada mediante aos valores daqueles que o detém, sendo possível alterar raízes históricas e culturais profundas de uma sociedade, desconectando-a de sua ancestralidade. Somos apresentados à história e ao meio cervejeiro enquanto um ambiente generalizadamente masculino. No entanto, estudando a bibliografia do tema, é possível obter dados que nos apontaram que essa leitura nada mais é que um recorte intencional que se estrutura em nossa sociedade baseada no mercado. Esse organiza todas as relações sociais em todas as esferas e nesse processo de organização, reforça e reestrutura processos antecedentes, como a divisão social de classe, o lucro ou usura, o patriarcado. E cria novas dominações, como o racismo.

No modo de produção capitalista, a apropriação privada dos meios de produção e dos produtos do trabalho humano é elevada ao máximo, promovendo uma ruptura entre valor de uso e valor de troca (SAFFIOTI, 2013). Assim, o que é produzido não possui mais o foco do consumo por quem produziu, sendo um produto que não depende de suas necessidades de produtor; é nesse momento que a força de trabalho passa a ser também uma mercadoria, afirma a autora.

Como forma de exemplificar, suponhamos que em 10 dias de trabalho, uma trabalhadora da indústria cervejeira do Brasil produz 300 litros de cerveja (equivalente a R\$1.000, por exemplo). Em um mês de trabalho (22 dias), ela teria produzido um valor de 2.200,00 reais. No entanto, o salário mensal dela é de 1.000,00 (quase um salário mínimo). Isso significa que durante os 12 dias restantes de trabalho ela produz um valor (1.200,00 reais) que é destinado inteiramente à/ao capitalista. O trabalho desempenhado nos primeiros 10 dias é o que Marx chamará de trabalho necessário, uma vez que é o tempo de trabalho que condiciona a ela as condições necessárias de subsistência. Já os 12 dias restantes são

denominados de trabalho excedente e seu valor gerado é a mais valia que será apropriada pelo capitalista dono dos meios de produção.

O imaginário leva a pensar que, devido à livre participação do mercado com a venda da força de trabalho, o ganho será equivalente à sua dedicação (SAFFIOTI, 2013). Mas, no modo de produção capitalista isso não é real. No processo de mercantilização do trabalho assalariado, uma parte do que é produzido enquanto fruto do trabalho será destinada ao próprio trabalhador/a e outro será o trabalho excedente que não é remunerado e será apreendido por aquele que detém o controle dos meios de produção (Figura 11).

Figura 11 - Fundamentos da *mais valia* em quadrinhos



Fonte: Blog Conectados com a Geografia, 2009.

Como metodologia de aliviar algumas tensões sociais ocasionadas pelo modo de produção, alguns caracteres naturais (sexo e etnia) são utilizados, podendo ser anulados com o tempo ou não (SAFFIOTI, 2013). Sendo assim, a autora aponta que é importante buscar

compreender as raízes dessas relações de produção, explicando como esses caracteres permitem a hierarquização da sociedade em classes segundo valores e está diretamente ligada ao desenvolvimento de relações cunhadas na diferenciação do trabalho, sexual ou social (MST, 2018).

Nesse contexto, sem exceção, em todas as épocas, à mulher é atribuída a subsistência da família e da criação de riqueza social com importante papel econômico, até o momento em que a família exista enquanto uma unidade produtora e econômica (SAFFIOTI, 2013).

Segundo Federici (2004), observando o contexto, gênero e a classe perseguida no processo de caça às bruxas realizada na Europa, por exemplo é possível apontar que se efetivou uma metodologia de coerção frente à resistência que as mulheres apresentavam à disseminação das relações capitalistas e ao domínio que construíram de sua sexualidade, capacidade de cura, reprodução e produção.

Enquanto a produtividade do trabalho é lenta, ou seja, é necessário mais tempo para produzir uma quantidade pequena de riqueza social, não é imposta a exclusão da mulher no processo do trabalho (SAFFIOTI, 2013). Mas, apesar de não mais se justificar por exclusão de determinados grupos sociais, no modo de produção capitalista, as mulheres eram vistas enquanto possuidoras de inferiores capacidades físicas e mentais em relação ao homem, colocando-a como um “atrasador” do processo de desenvolvimento social, mesmo sendo a sociedade que a coloque em condições que não a possibilite exercer livre e total desenvolvimento (SAFFIOTI, 2013). A autora aponta que no ápice do desenvolvimento das fábricas, as mulheres e crianças foram amplamente empregadas por serem caracterizadas como com menor força física e por possuir flexibilidade, mas logo começaram a ser boicotadas pelos homens que as culpavam de causar seu desemprego, devendo elas ser restritas ao espaço privado /doméstico, principalmente quando casadas. Essa restrição não só limitará o espaço de participação social e político da mulher, como também lhe colocará em uma condição de cruel inferiorização, uma vez que o trabalho doméstico não é considerado como gerador de riquezas e por isso não será pago e, pior, será invisibilizado socialmente.

Frente à tamanha desigualdade de gênero, diversos movimentos de mulheres fervilharam buscando direitos e participação social igualitária e essa luta perdura até os tempos atuais com diversas linhas ideológicas. No Brasil, fruto de muita luta, resiliência e vidas ceifadas, diversos direitos foram conquistados e resistem com muito esforço coletivo diante às ameaças e iniciativas de governos neoliberais. Ao pesquisar alguns desses direitos é possível observar que suas conquistas são muito recentes na história (Quadro 1).

Quadro1 - Descrição dos direitos conquistados pelas lutas das mulheres no Brasil e o ano

Ano	Conquistas de direitos por mulheres no Brasil
1930	Aposentadoria (com diferenciação de gênero)
1932	Direito ao voto
1962	Criação do estatuto de mulher casada, não necessitando que ela peça autorização para trabalhar; direito à herança e possibilidade de guarda dos filhos em caso de divórcio
1970	Direito de jogar futebol
1974	Direito de possuir cartão de crédito
1977	Direito ao divórcio
1985	Criação da Delegacia de Atendimento Especializado à Mulher (DEAM)
1988	Homens e mulheres passam a ser iguais segundo a Constituição Brasileira
2002	É extinto do Código Civil Brasileiro que: o homem pudesse pedir a anulação do casamento caso descobrisse que a mulher não era mais virgem antes do matrimônio
2006	Criação da Lei Maria da Penha
2013	Direitos trabalhistas reconhecidos às trabalhadoras domésticas
2015	Criação da Lei de Feminicídio
2018	Importunação sexual é crime

Fonte: Própria.

Nesse contexto político-social tão agressivo e violador dos direitos das mulheres, as violências enfrentadas por elas são das mais diversificadas crueldades legitimadas pelos pilares do patriarcado. Sendo assim, continuaremos o presente texto abordando como esse processo violento se legitima no campo do trabalho até os dias atuais.

4.1 TRABALHO E VIOLÊNCIAS: CONTEXTUALIZAÇÃO DO LUGAR SOCIAL IMPOSTO À MULHER PRODUTORA DE CERVEJA ARTESANAL NO BRASIL

O modo de produção em que vivemos hoje (capitalismo) se desenvolve e se estrutura na dominação das forças do capital, frente às forças do trabalho, mas também se firma historicamente nos pilares do racismo e patriarcado para manutenção das relações sociais (SEIBERT, *et al.*, 2020). Nesse último ponto, temos a construção social de uma subordinação da mulher que é imposta e afirmada por meio de diversificadas violências empregadas por homens e mulheres brancas e nas ações do Estado; isso tudo, se expressa de forma cotidiana e naturalizada socialmente, como se houvesse uma necessidade de castigo

para que a mulher aprenda qual seu lugar na sociedade (MST, 2015). E é importante ressaltar que as opressões e violências com as mulheres possuem diversificadas esferas de acordo com seus privilégios sociais. Por exemplo, uma mulher negra, da classe trabalhadora e mãe solteira, sofre violências que não são equivalentes à de uma mulher branca, burguesa, mesmo ambas sendo mulheres.

O patriarcado é estruturante da sociedade capitalista, se manifestando na forma do machismo em suas variadas expressões de violência. O machismo não é algo individual, de se pensar ou de ser, é a expressão sistêmica do patriarcado, definindo a posição que a mulher e o homem exercem na sociedade (MST, 2018). Ou seja, ambos os sexos, ao nascer, independente e anteriormente a qualquer coisa, já ocupam um lugar social determinado, com distinções de seus papéis, da super estrutura até os mais simples detalhes da vida cotidiana. Nesse sentido, esse processo se torna uma questão de gênero em que ambos os sexos sofrem, mas é a mulher que sofrerá os brutais danos por ter nascido mulher, não sendo recíproco para o homem.

Essas violências se expressão em todas as classes e orientações sexuais, gerações, ocorrendo mundialmente com mulheres urbanas ou camponesas (MST, 2015). Segundo a mesma autora a violências pode ser compreendida enquanto uma relação de forças na qual há desequilíbrio ou abuso de poder sobre o outro, podendo ser coletiva ou individual. É importante a reflexão que mesmo o machismo sendo estrutural e acometendo mulheres de todas as classes, gerações, urbanas, camponesas e orientações sexuais, quando se trata de mulheres de classes mais pobres, mulheres negras, 'LGBTQI+'⁶ e camponesas, há uma condição ainda mais crítica de dupla violência.

Na violência contra a mulher é necessário compreendermos que na organização social em que vivemos, mesmo que uma mulher reproduza o machismo, ela nunca estará em condição de privilégio, mas sempre de vítima das consequências do patriarcado (MST, 2018). As autoras completam que, além disso, o homem jamais abandonará sua condição de privilégio frente às consequências do machismo, mesmo que apresente atuação ou militância contra o machismo.

A violência do homem contra a mulher é consequência da estruturação patriarcal da sociedade, na qual as relações afetivas estão cunhadas no princípio da propriedade e não em sentimentos de afeto (MST, 2015), possuindo o aval de controlar e dominar a mulher. Nesse

⁶LGBTQI+ é a sigla traz referência ao público de lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, queers e intersexuais.

sentido, ao homem é garantindo a condição de praticar violências contra a mulher, uma vez que a considera como sua propriedade.

A violência pode ser entendida enquanto qualquer ruptura de integridade da vítima, podendo ser física, moral, psíquica, patrimonial ou econômica (MST, 2015). Quando pensamos em exemplos de violências físicas e sexual, conseguimos visualizar facilmente alguma situação, geralmente, projetando-a distante de nossa realidade. Mas, quando lidamos com suas formas ainda mais naturalizadas, como a violência psicológica e moral a conexão enquanto violência não é tão evidente.

A violência psicológica se refere ao uso de intimidação, ameaças, manipulação, privação de liberdade, danos propositais à objetos queridos, ou outra metodologia que prejudique sua saúde mental como fruto dessas ações ou omissão que busquem controlar comportamentos, crenças de decisões da mulher (MST, 2015).

A violência moral é baseada em injúria, difamação e calúnia contra a reputação ou honra da mulher, ou seja, se materializa em humilhações, agressões verbais, ameaças, redução de auto-estima, entre outras formas, esta é extremamente naturalizada socialmente, sendo dificilmente caracterizada enquanto violenta (MST, 2015).

Há também a violência que é patrimonial e econômica. Essa se refere a ação ou omissão que cause danos /subtração/retenção/ controle de objetos e valores (MST, 2015). Um exemplo é quando a mulher é restrita de controlar seus recursos financeiros autonomamente, não tendo acesso ou necessitando de autorização para o uso do mesmo.

Nesse sentido, podemos identificar que a mulher está diariamente exposta e submetida às diversas violências que já estão naturalizadas como corriqueiras e não provocam mais indignação em grande parte da sociedade. A luta das mulheres trabalhadoras é cotidiana; e nesse sentido, quando uma mulher trabalhadora se movimenta, inicia a romper as amarras de classe e da sociedade patriarcal que a prende e estrutura o arcabouço da desigualdade de gênero (SEIBERT, *et al.*, 2020).

Um dos grandes disseminadores dessas violências naturalizadas são os meios de comunicação de massa, que estão todos os dias em nossas casas. Um exemplo são as propagandas de cerveja das grandes cervejarias brasileiras. No país há uma cultura de expor e sexualizar o corpo da mulher, colocando-a também enquanto produto a ser comercializado e saboreado.

Sendo mais uma forma de expressão do patriarcado, as mulheres que historicamente participavam das tabernas, administrando-as, produzindo e comercializando cerveja foram

excluídas de tais tarefas e locais público, sendo esses usurpados por homens. As mulheres que permaneciam a frequentar esses mesmo espaços o faziam sendo criminalizadas enquanto prostitutas.

Nesse sentido, em entrevista realizada por Paiva (2018) com a historiadora e sommelier de cerveja inglesa Jane Peyton, ela revela que a cerveja, até menos de 2 séculos atrás, era “coisa de mulher”. Na entrevista, a autora aponta que em seus primórdios a cerveja, de modo geral, era compreendida enquanto um alimento e de responsabilidade das “tarefas domésticas” e as mulheres dominaram as mais diferenciadas receitas cervejeiras e suas variações culturais, mas com o avançar da Idade Média e a perseguição às “bruxas”, muitas mulheres que produziam cerveja foram perseguidas e mortas, enquanto o desejo da população pela bebida foi parcialmente substituído por uma produção cada vez mais masculinizada.

Nos tempos atuais os meios de comunicação atingiram dimensões globais e velocidades quase que instantâneas. Sendo assim, é importante estar consciente que as informações distribuídas nesses meios não são neutras, impondo valores culturais, padronizações sociais, estéticas entre outros, que abarcam uma minoria da população (DE FREITAS, 2020). Essas representações sociais são leituras construídas a partir de imagens reais, sob um determinado posicionamento social (CRUZ, 2010), em uma sociedade estruturada por classes, patriarcal e racista. Os corpos só ganham representatividade no mundo social quando estão sob um ponto de vista de uma cultural, deixando de ser apenas físico para carregar aspectos culturais específicos (CRUZ, 2010).

Sendo assim, é possível correlacionar que a supersexualização do corpo da mulher em diversas propagandas de cervejas das grandes indústrias brasileiras não é um mero acaso, mas sim uma representação dos valores com os quais nossa sociedade se estrutura, carrega e reafirma constantemente, com diversas metodologias para promover sua manutenção estrutural.

Em confronto a essa situação, a Deputada Iara Bernadi (PT-SP) propôs um projeto de lei proibindo a veiculação de propagandas que mostrassem imagens sensuais ou pornográficas em qualquer meio de comunicação do país, sendo incisiva com a questão das propagandas de cerveja das grandes indústrias brasileiras (AGENCIA ESTADO, 2003). Em resposta ao projeto, houve diversas manifestações, como a do Diretor de criação da DM9DDB, Sergio Valente, e do presidente da Agência de Propaganda de Sorocaba e Região, Carlos Laino:

Sergio Valente diz:

Não vou mostrar pessoas esfaqueando às outras, porque isso é um exemplo ruim... não se deve criar uma ‘patrulha’ ideológica sobre os criativos. Mas também não acho que vincular mulher bonita a cerveja seja algo machista, isso é brasileiro... O único papel da propaganda é o resultado em vendas. Não acredito em campanhas caretas que dêem resultados à empresa. (MADUREIRA, 2002 apud CRUZ, 2010)

Carlos Laino discorda, utilizando como um dos argumentos que em propagandas institucionais, como a da prevenção do câncer de mama, também mostram seios nus, nem por isso são eróticas. E completa indagando: “Como fazer um comercial de lingerie sem mostrar a mulher? O setor já é muito policiado, não precisa de mais uma lei restritiva.” (AGENCIA ESTADO, 2003)

Existe uma objetificação do corpo feminino que o associa à produtos e está direcionado ao prazer sexual (CRUZ, 2008) masculino. É importante destacar nos discursos acima existe uma negação da mercantilização da imagem da mulher sexualizada que é fruto de uma construção social violenta que se baseia no patriarcado e que foi naturalizada. Essa naturalização possui grande influência das mídias que estão diariamente construindo e reforçando valores sociais que formam o senso comum.

Ao se realizar com uma busca simples em sites de pesquisa digitando “propaganda de cerveja”, as imagens disponíveis são assustadoramente machistas, utilizando o corpo feminino (enquadrado em um único padrão social de beleza atual) de formas extremamente desqualificadas, sexualizadas e em um contexto de consumo, assim como a proposta da ingestão da cerveja (Figuras 12 e 13).

Figura 12 – Exposição da imagem da mulher em propagandas de grandes cervejarias brasileiras - 01



Fonte: Quem precisa de propaganda de cerveja?25/03/2011. Disponível em:

<https://goronah.blog.br/2011/legislacao/quem-precisa-de-propaganda-de-cerveja> (adaptado).

Acessado em: 15/03/2021.

Figura 13- Exposição da imagem da mulher em propagandas de grandes cervejarias brasileiras -02



Fonte: Catraca Livre. Petição on-line pede o fim da objetificação das mulheres na publicidade, 2016.

E, mesmo quando as propagandas deixam de expor e sexualizar o corpo da mulher, devido às crescentes denúncias e mobilizações de grupos de mulheres, os trocadilhos, “piadas” e comportamentos são utilizadas para retornar ao mesmo contexto (Figura14).

Figura 14 – Propaganda de cervejaria apresentando duplo sentido, retomando ao contexto de sexualização da mulher



Fonte: MENEZES, C., 2013.

Cruz (2008) corrobora nesse sentido, ao realizar pesquisa sobre comerciais de cerveja e suas representações sobre as mulheres e suas repercussões sociais. Durante duas semanas as propagandas de cerveja foram registradas e analisadas, sendo registradas propagandas de 8 marcas de cerveja, no período de junho a outubro do ano de 2007. Nelas pôde constatar e analisar que o apelo está na “conquista” do telespectador, referenciando para isso, aos padrões desejados e aos papéis que o “ser homem” e o “ser mulher” ocupam socialmente.

Imerso nesse contexto, é imaginável que, diante do lugar e do papel social em que a mulher foi colocada, quando se discute questões práticas e subjetivas que envolvem a cerveja, mesmo quando voltamos os olhares à cerveja artesanal as mudanças não são revolucionárias.

As cervejas artesanais inovam e buscam, em alguns casos, fugir dos padrões que as cerveja das grandes indústrias configuram. Mas, ainda existe uma hierarquização pautada na questão de gênero que coloca o homem em uma posição superior em relação à mulher (DARWIN, 2017); que ocupam papel marginal na fabricação e consumo, como nos aponta Mosher (2009).

Além disso, é importante apresentar que, segundo pesquisa realizada por Meo (2016), o nicho da atividade de Facilitação Gráfica é composto majoritariamente por mulheres. O que fortalece e caminha em consonância com a proposta e finalidade do presente trabalho que é motivar, potencializar e facilitar o processo organizativo de coletivos de produção de cerveja artesanal composto de mulheres militantes de diversos movimentos sociais.

5 FACILITAÇÃO GRÁFICA: UMA FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO

Os seres humanos são animais sociais e desenvolveram desde os primórdios metodologias para se comunicar e organizar sensações, memórias e ações. Uma das mais antigas formas de simbologias que resistiram a milhares de anos de exposição às intempéries do ambiente é a Arte Rupestre. Esse é uma método de comunicação, que utiliza de símbolos organizados, interagindo pessoas em um determinado espaço temporal, trazendo evidências simbólicas das sociedades que as produziram (PARELLADA, 2009).

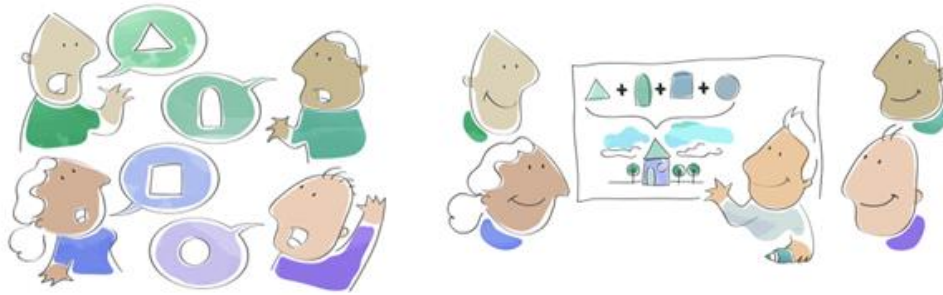
Nos tempos atuais, desenvolvemos as mais diversas formas de nos comunicarmos com as múltiplas interações com o ambiente. A tecnologia muito avançou, elaborando diversas ferramentas para facilitar essa interação. Porém, mesmo com todo o aparato tecnológico, estudos apontam que a compreensão de informações é em grande parte realizada pelos seres humanos através da visualização, assim como aponta Sibbet (2013):

“Os pesquisadores em aprendizado e inteligência cognitiva sabem agora que os seres humanos processam a informação de formas diferentes e que o pensamento visual é uma parte grande do que fazemos. Parece que nossos cérebros são maciçamente desenvolvidos para processar informação visual, alguns sugerem que até 80% de nossas células estão envolvidas nisso.” (SIBBET, 2013).

A Facilitação Gráfica (FG) é uma das metodologias atuais de comunicação que faz uso de metáforas visuais, desenhos, esquemas simples e frases síntese que buscam facilitar a compreensão de temas diversos, partindo de uma visualização macro da idéia que se deseja apresentar. Buscando aperfeiçoar e proporcionar maior possibilidade de que as mais diversas pessoas, com toda sua bagagem histórica e cultural única, compreendam uma idéia, por mais complexa que ela seja.

Segundo Ball (1998) a Facilitação Gráfica engloba metodologias de expor e organizar ideias de um grupo de pessoas, utilizando ferramentas de comunicação por linguagem visual, sendo uma metodologia que contribui na compreensão de um tema ou questão complexa, possuindo o objetivo de alcançar a compreensão coletiva (Figura 15).

Figura 15 - Facilitação Gráfica do Coletivo Ideia Clara que explica o funcionamento



Fonte: Blog Ideia Clara. Facilitação Gráfica. Disponível em:
<http://ideiaclara.com/servicos/facilitacao-grafica>. Acesso em: 20/01/ 2021.

Essa metodologia contribui para a utilização da Teoria da Codificação Dual, estruturada por Paivio (2013). Nessa entende-se que, a cognição atua em duas frentes distintas e interconectadas que contribuem para processar e representar uma informação: com a utilização de linguagem de texto e sons (texto falado ou escrito); e uma segunda que irá trabalhar com a linguagem visual e sonora (imagens e sons).

A FG é uma ferramenta de comunicação que possui sua origem nos Estados Unidos nos anos 70, tendo como principais iniciadores da técnica David Sibbet e Geoff Ball (HAUTOPP E ORNGREEN, 2018); inspirando-se na metodologia de designers e arquitetos ao expor projetos aos seus clientes (SIBBET, 2001 e 2008); e inicialmente possuindo como foco o setor empresarial em seus treinamentos de equipes, lideranças, entre outros (MEO, 2016).

No Brasil, a metodologia possui histórico mais recente, cerca de 16 anos (MEO, 2016). Aqui a metodologia ganhou outras frentes de ação e passou a ser muito utilizada em experiências participativas agroecológicas. A “Construção do Saber Agroecológico” é um processo que parte do compartilhamento, socialização e práxis dos saberes populares e técnicos (PETERSEN, 2007). Sendo assim, é fundamental buscar formas de registrar de forma sistematizada e facilitada o processo e seus resultados para ser acessível à todas/os envolvidos(Figura 16).

Figura 16 - Facilitação Gráfica do Curso Feminismo, Marxismo e Diversidade organizado pelo MST Sudeste, em Maricá no ano de 2020. Facilitadora Bianca Santana.



Fonte: MST Rio de Janeiro, 2020.

Com a utilização crescente da FG nos espaços agroecológicos essa ferramenta passa a integrar também materiais de divulgação como cadernos pedagógicos, panfletos explicativos/orientativos, chamadas publicitárias, entre outros. Um exemplo de Caderno pedagógico utilizando facilitação gráfica é o que discute e explica a Lei Aldir Blanc (Figura 17).

Figura 17 – Facilitação Gráfica compoendo a Caderno pedagógico de apresentação da Lei Aldir Blanc



Fonte: SANTINI E PACHECO, 2020.

A utilização de metodologias diversificadas que busquem alcançar a comunicação com os diversos públicos alvo, buscando aprofundar em demandas concretas, de forma interessante e motivadora é um desafio para a Educação Popular. Nesse processo, os cadernos pedagógicos são materiais que desenvolvem temas dos mais simples aos mais complexos, buscando abarcar o conhecimento de forma acessível, resumida, direcionada a determinado público e com objetivo a ser alcançado. Para que sua função seja bem sucedida é importante que esteja organizada de acordo com uma realidade específica (BACELAR *et. al.*, 2009).

O uso da FG em cadernos pedagógicos pode potencializar ainda mais o processo de ensino-aprendizagem de grupos das mais diversas composições, fazendo parte e auxiliando a educação popular. Se tornando um material físico ou digital que pode ser acessado, recordado e utilizado para desenvolver espaços de formação coletiva.

6 METODOLOGIA

De forma a buscar bases teóricas e práticas que dialoguem com os objetivos do trabalho, fundamentamos o estudo com a realização de pesquisa bibliográfica, aplicação de entrevista semi-estruturada e elaboração de material formativo estruturado em um caderno pedagógico.

De forma geral, a pesquisa bibliográfica se apresenta enquanto um apanhado de trabalhos científicos que já foram construídos sobre o tema estudado, sendo capaz de apresentar dados atualizados e concentrar pesquisas expressivas (BONI E QUARESMA, 2005). Os principais descritores desta pesquisa foram: produção de cerveja, trabalho e gênero, trabalho coletivo, Agroecologia, Facilitação Gráfica e caderno pedagógico. Para o levantamento das informações empíricas da pesquisa, devido ao momento histórico que vivenciamos com a instauração da pandemia de coronavírus, não foi possível realizar o trabalho de campo inicialmente pensado. Sendo assim, todas as atividades foram realizadas remotamente, utilizando tecnologias de comunicação virtual.

Uma entrevista semi-estruturada (APÊNDICE 1) foi organizada com finalidade de aprofundar na complexidade do tema, sem enrijecer e limitar. Triviños (1987) aponta a importância na participação do sujeito como um elemento da pesquisa e a entrevista permite evidenciar a implicação da entrevistadora e da pessoa participante (entrevistada) no processo de pesquisar. Assim, permite-se que as participantes entrevistadas sejam motivadas a expressarem-se sobre pontos específicos desejados, mas não sejam limitadas, podendo apresentar elementos inusitados e enriquecer a pesquisa. Para isso, a entrevista teve suas questões enquadradas em três tópicos gerais: histórico do coletivo; processo produtivo e material formativo. Uma vez que, como aponta Oliveira (2008), o posicionamento do ser humano na vida não é passivo, e sim moldado pela interação e interpretação interpessoal.

Inicialmente foi realizada uma busca bibliográfica por materiais que trouxeram o tema de iniciativas de coletivos de mulheres sob um recorte de gênero e contextualização histórica, buscando compreender seu método organizativo, suas dificuldades e suas superações, buscando centralizar as buscas em coletivos cervejeiros.

Foi aplicada entrevista semi-estruturada com três coletivos de mulheres cervejeiras e militantes de movimentos sociais. Esses já possuíam algum vínculo nas relações de trabalho, seja em compartilhar espaços de militância, comercialização, eventos de cerveja, feitorias de cervejas coletivas, entre outros. São elas, a “Cerveja Artesanal Subversiva”, “Cerveja Artesanal Mulher Guerreira” e “Cerveja Artesanal Sem Rótulo”. O conteúdo programado da

entrevista foi enviado para o coletivo, para que se pudesse otimizar o tempo de entrevista, podendo aprofundar em determinados pontos e para que todas as integrantes pudessem ter tempo de participar das respostas. No processo de socialização entre as integrantes dos coletivos e entrega da entrevista, foi mantido contato por aplicativo de conversação para permitir o diálogo mais direto.

Como forma de sistematizar as informações levantadas na análise das entrevistas realizadas, organizou-se pontos-chaves que envolveram as potencialidades e desafios enfrentados, bem como incentivar e facilitar a organização de novos coletivos. Para isso foi confeccionado um material didático no formato de caderno pedagógico (APÊNDICE 2) utilizando a ferramenta de Facilitação Gráfica (FG), que abordou o tema com o enfoque direto na organização de coletivos de mulheres na produção de cerveja artesanal. A escolha pelo caderno pedagógico em formato de Facilitação Gráfica se deu em função do público-alvo do material ser diverso em termos de nível de escolaridade, acesso à tecnologias, conhecimento sobre cerveja e a organização das mulheres.

7 COLETIVOS DE MULHERES CERVEJEIRAS ARTESANAIS E MILITANTES DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Na busca por emancipação a organização coletiva e cooperadas de mulheres possui grande potencial de fortalecimento. Dentre as inúmeras frentes possíveis, o campo de estudo da organização de mulheres para produção de cerveja artesanal possui grande potencial para ser um facilitador desse processo emancipatório. Por compreender essa latente energia revolucionária, no presente trabalho dialogamos com três desses coletivos de mulheres cervejeiras artesanais do estado do Rio de Janeiro. Os três coletivos são: “Sem Rótulo”, “Subversiva” e “Mulher Guerreira”. Os coletivos foram escolhidos seguindo alguns critérios como: ser coletivo de mulheres produtoras de cerveja, presentes no estado do Rio de Janeiro e que possuíssem alguma atuação militante e que não atuasse com a produção de cerveja como a principal atividade de suas integrantes. Esses pontos delimitam nosso campo de observação, mas também nos abre uma vasta possibilidade de debate, uma vez que a produção consegue ser permanente, mas com uma dinâmica muito peculiar e com metodologia participativa sensível às demais demandas cotidianas na vida das companheiras participantes das iniciativas.

No decorrer da entrevista estruturada, abordamos o histórico dos coletivos a partir do olhar das integrantes, a metodologia de produção e os materiais orientativos encontrados, ou não, para estudos iniciais à formação do coletivo.

7.1 BREVE HISTÓRICO DOS COLETIVOS

7.1.1 Coletivo Sem Rótulo

A ideia que norteou o coletivo “Sem Rótulo” a se organizar foi a democratização do consumo, fazendo uma produção de cerveja acessível financeiramente para todos e de qualidade (Figura 18). Destacam também que a cerveja artesanal ainda se mantém estruturada na desigualdade de acesso, principalmente para pessoas não brancas.

Figura 18 - Identidade do Coletivo “Sem Rótulo”.



Fonte: Página da Cerveja “Sem Rótulo” no Facebook.⁷

O coletivo era composto inicialmente por dois casais homoafetivos, sendo duas mulheres e dois homens, sendo que um deles já possuía algum conhecimento sobre cerveja artesanal e apresentou-a e presenteou uma das mulheres com um curso com o tema da cerveja artesanal. Mas, com as diversas outras tarefas, após um ano e meio os homens deixaram de compor o coletivo, permanecendo as duas mulheres.

As entrevistadas destacam que o coletivo possui seis anos e atualmente é composto por duas mulheres “[...] negras, casadas há 13 anos, suburbanas, feministas...”.

Quando perguntadas sobre as facilidades e dificuldades que encontraram nesse tempo de trajetória de trabalho coletivo apontam que: “a determinação, a vontade de fazer” contribuíram no processo. E que, ao contrário disso, o preconceito, o machismo, o custo de produção, o pouco espaço nas instalações e a logística geral dificultaram o andamento da organização.

Para além de fazer cerveja, as companheiras apontam que participam do coletivo “Cervejeiros Populares”. E, além da produção de cerveja e outras tarefas destacam que atuam pelo movimento feminista, anti-racista e antifascista.

7.1.2 Coletivo Subversiva

Em entrevista realizada com o Coletivo Subversiva, sobre a escolha do nome, apontam que:

⁷ Disponível em: <https://www.facebook.com/cervejasemrotulo/photos>. Acesso em: 20/03/2021.

“[...] subversiva porque somos mulheres que queremos subverter, transgredir a ordem, da sociedade atual capitalista patriarcal, da condição de dominação das mulheres, da forma de produzir os alimentos. Antes mesmo de subverter a produção de cerveja que é um espaço masculino, nós já éramos insubmissas e subversivas porque somos mulheres que fazemos parte de movimentos sociais e feministas.” (Coletivo Subversiva)

O nome surgiu depois de muito debate e esse foi escolhido por combinar com o perfil do coletivo, que busca subverter a ordem, colocando a mulher como sujeita de luta e protagonista do processo de transformação social, tendo como foco a autonomia e independência das mulheres militantes integrantes.

A iniciativa de produzir cerveja partiu do próprio grupo, sendo que após:

“[...] a realização de uma oficina de produção de cerveja estadual com militantes intersetorial, nós mulheres decidimos criar esse coletivo de produção de cerveja, primeiro porque gostamos de beber cerveja, segundo porque é uma cerveja artesanal produzida por nós, terceiro porque é um conhecimento que deve ser socializado dominado principalmente entre as mulheres, importante conhecer e dominar o processo de produção do alimento que consumimos. Quarto porque a produção de cerveja contribui com nosso auto sustento.” (Coletivo Subversiva)

Segundo as integrantes, o coletivo iniciou com sete mulheres que moram no estado do Rio de Janeiro, mas em diversas localidades (rural e urbana) e integram o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). Tendo a saída de uma integrante, permanecem até hoje com 6 mulheres. Em suas pautas de luta da militância encontram-se a Reforma Agrária Popular, organização de famílias da classe trabalhadora, vida digna e segurança e soberania alimentar. Foi destacado também que todas as companheiras possuem ensino superior, mas principalmente possuem uma formação política ideológica e consciência de classe.

O início do coletivo é de 2016, logo após a realização de uma oficina estadual de produção de cerveja com a militância do MST. Segundo as companheiras os objetivos apontados pelo coletivo inicialmente era: “nosso consumo, para vender e contribuir com nosso auto sustento”.

Ao se perguntar quais os pontos que facilitaram a organização do coletivo, apontaram que fazer parte do mesmo movimento social e parceiros contribuindo foram destaques favoráveis. E, em relação às dificuldades, disseram que a militância também promove uma limitação de tempo para produzir a cerveja devido tantas tarefas e atividades paralelas, a distância de moradia das integrantes em relação ao local de produção e o custo da água e luz utilizada também foram apontados como limitantes.

Um dos entraves apontados na entrevista chamou atenção: uma investigação promovida por uma grande cervejaria artesanal do estado de Minas Gerais tendo o coletivo

como foco. Nesta, as integrantes destacam que a motivação para a investigação foi o nome do coletivo, uma vez que a cervejaria teria registrado o nome “Subversiva” e iria lançar a cerveja em breve. Sendo assim, em conversa com a cervejaria, essa proibiu a utilização do nome pelo coletivo do estado do Rio de Janeiro. Foi então que o coletivo inovou e lançou o rótulo antigo, mas com uma faixa preta aonde vinha escrito “Censurada” (Figura 19). Pelo depoimento do coletivo o lançamento foi um sucesso e não tiveram mais problemas com a cervejaria.

Figura 19- Identidade do Coletivo “Subversiva”

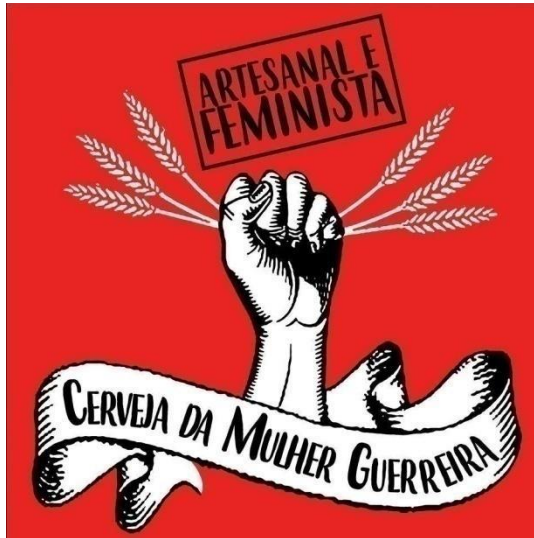


Fonte: Acervo do Coletivo de Cerveja Artesanal Subversiva, 2020.

7.1.3 Coletivo Mulher Guerreira - Artesanal e Feminista

Segundo o coletivo “Mulher Guerreira”, seu nome foi sugerido por uma das integrantes e busca relacionar a história das mulheres que produzem a cerveja com as mulheres homenageadas nos rótulos das cervejas. “Cada cerveja homenageia mulheres negras: Mahin, Maria Clandestina, Vanda e Astrogilda”, buscando resgatar a trajetória histórica dessas mulheres que são apagadas da história (Figura 20).

Figura 20 - Identidade do Coletivo “Mulher Guerreira”



Fonte: Página da Cerveja da Mulher Guerreira no Instagram.⁸

A trajetória de organização começou após uma das integrantes, que já possuía um desejo de participar de um coletivo de mulheres, iniciar e convidar outras companheiras para se unirem na produção de cerveja artesanal. E no decorrer dos dias de produção e eventos, o coletivo foi sendo efetivado, tendo se concretizado em 2015, mas sendo considerado em constante construção.

O coletivo é composto por 10 mulheres, mas entre elas estão companheiras mais assíduas e algumas que, pela dinâmica da vida no momento não estão com disponibilidade para participar. Tendo, portanto, uma dinâmica rotativa de participação nas tarefas da produção de cerveja.

Todas as integrantes do coletivo estão inseridas em movimentos sociais como: “movimento de mulheres negras, feministas, de professoras e professores, de mulheres empreendedoras, MST, movimento de mulheres cervejeiras, movimento de cervejeirxs popularxs, movimentos de mães e de mães negras, movimentos de mulheres tatuadoras etc.”

São colocados como condicionantes negativos a dificuldade com o tempo, devido as triplas jornadas de trabalho. E enquanto facilitadores o espírito de companheirismo que ultrapassam a questão da produção da cerveja e o forte interesse na participação de eventos e encontros juntas.

7.2 NO CALDEIRÃO: ORGANIZAÇÃO COLETIVA DA PRODUÇÃO CERVEJEIRA ARTESANAL

⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/cervejadamulherguerreira/>. Acesso em: 30/02/2021,

O método organizativo dos coletivos é uma das peças chaves para que seja possível a permanência, resistência e resiliência das ações de produção e comercialização. Todos os coletivos apresentam a necessidade de divisão de tarefas, possuindo grandes dificuldades ao se depararem com as outras tantas demandas cotidianas de cuidado doméstico, maternal, agrícola, profissional e de militância. No campo de comercialização, os coletivos divulgam suas cervejas nas redes sociais e comercializam de acordo com pedidos avulsos, em feiras e para amigos. No caso específico da Subversiva, o MST do estado do Rio de Janeiro possui um coletivo regional de produção e comercialização na região Sul Fluminense (Coletivo Alaíde Reis), que contribui na comercialização adicionando a cerveja em suas feiras e cestas da Reforma Agrária.

Em todos os coletivos podemos observar que houve, em algum momento, a participação de homens em sua organização. É importante destacar que a organização de mulheres em coletivos não pressupõe a exclusão total e absoluta da participação dos homens. Muito pelo contrário, assim como reflexo da sociedade pela qual lutamos e almejamos, esperamos igualdade de gênero, na qual mulheres possam ser as protagonistas de processos quando assim desejarem e se organizarem, assim como ocorre naturalmente com os companheiros.

Os rendimentos financeiros são direcionados para a viabilidade de novas brassagens (incluindo insumos, alimentação e deslocamento de todas), investimentos em novos equipamentos. Quando há rendimentos que superam esses gastos, a partilha do recurso é realizada pelas integrantes do coletivo “[...] e geralmente utilizamos para financiar atividades de lazer, prazer e cuidado que não conseguimos fazer normalmente, seja cuidado estético, algum passeio, algum alimento, entre outros.”(Coletivo Subversiva) O que “[...] melhora na nossa qualidade de vida.”(Coletivo Sem Rótulo)

No caminho organizativo da produção, os coletivos apontaram alguns desafios importantes, como a dinâmica da compra de insumo, a organização das agendas complexas das participantes, o domínio de todas as etapas da metodologia da brassagem por todas as companheiras de forma homogênea, recurso de capital de giro inicial para compra de equipamentos, o transporte dos lotes de cervejas para comercialização e centralização das companheiras nos dias de trabalho. Além disso, o debate da produção de insumos de forma agroecológica surge nas falas do coletivo Subversiva, enquanto uma possibilidade de fugir da compra de insumos produzidos por grandes multinacionais do agronegócio, uma vez que parte das integrantes são agricultoras assentadas ou acampadas. Com uma quantidade de produção

flutuante, mas não superando os 300 litros por mês, é fundamental refletirmos, construirmos e socializarmos ferramentas que busquem contribuir no processo organizativo dessas iniciativas coletivas para que seja possível a facilitação de processos que hoje, se apresentam enquanto dificultosos.

É importante destacar que, nenhum coletivo apontou o fator de hora/trabalho enquanto um dos custos envolvidos na produção. Essa questão reforça a necessidade de avançar na logística e quantidade de produção para progredir efetivamente nesse ponto. Mas, para além disso, reforça como os encontros e todo o trabalho envolvido na produção não se sustenta apenas no pilar financeiro. Muito pelo contrário, os encontros, as conversas, a perspectiva de avançar em velocidades compatíveis à cada dinâmica, a coletividade, a sede de aprender algo novo e que é de prazer de todas são os pontos fundamentais que estão garantindo que os coletivos continuem estabelecidos, perdurando e possuindo perspectivas de evoluir na organicidade e metodologias.

O alcoolismo está muito presente enquanto uma válvula de escape para suportarmos a vivência nessa sociedade que explora de forma predatória, desta forma compreender a cerveja artesanal e de qualidade enquanto um alimento, não nos livra da necessidade de debater como o consumo excessivo de bebidas alcoólicas é uma mazela social e que deve ser encarado. O autoconsumo nos coletivos é estimulado, enquanto uma forma de substituir o consumo que seria feito de cervejas das grandes cervejarias. Esse é apontado pelos coletivos como deficiente, uma vez que, como a produção é reduzida, pouca produção consegue ser direcionada para o consumo interno. Para o consumo externo, o debate é consumir menos, mas com maior qualidade.

De forma geral, para os amigos próximos, familiares e militância o envolvimento em um coletivo de mulheres militantes na organização, produção e comercialização de cerveja artesanal é encarado enquanto algo curioso, interessante, uma fonte de renda, movimento político e admiração. No caso da Subversiva ainda foi levantada a questão dos/as demais militantes aparentar não valorizar o trabalho realizado pelo coletivo, uma vez que parte desta dificilmente busca comprar a cerveja (não demonstrando compreender o trabalho envolvido, a proposta coletiva, a qualidade e os custos envolvidos), esperando sempre ser presenteado com uma garrafa ou pedindo diretamente.

Os coletivos apontaram que as receitas mais elaboradas ou preferidas são: IrishRed Ale com pimenta malagueta, American Pale Ale (APA), Amber Ale, RedIndiaPale Ale (IPA), além de receitas autorais. O custo de produção varia de acordo com cada receita e a logística,

o que altera a margem de arrecadação líquida ou o valor final da cerveja vendida. Mas, de forma geral, todos os três coletivos apontaram a importância de conseguir produzir uma cerveja de qualidade a preços mais acessíveis à classe trabalhadora. Essa possibilidade de redução de preços está extremamente vinculada à capacidade organizativa de avançar na redução de trabalho envolvido para realização de todas as etapas. Além disso, também foi apontada a realização de compras coletivas de insumos, em maiores quantidades, enquanto uma forma de baratear e coletivizar essa luta. Hoje os coletivos estão vendendo o litro de cerveja artesanal entre R\$13,00 e R\$38,00 reais, sendo que o coletivo Subversiva levanta a política interna de venda a preço de custo para a militância do MST.

7.3 NOSSA FORMAÇÃO: PESQUISAR, LER, ORGANIZAR E MILITAR

Um dos pontos importantes do início da organização de coletivos se dá pelo conhecimento de quais materiais básicos são necessários, o domínio total do processo de produção, e demais tarefas pela totalidade das integrantes, mesmo que estas integrantes estejam separadas em setores, tarefas e escalas. É fundamental que todas possam interagir, criticar e contribuir nas diferentes etapas produtivas e organizativas. Nesse sentido, os espaços e materiais de ensino-aprendizagem dos processos de produção são fundamentais, sendo muito importante ferramentas como o acesso a materiais didáticos e/ou formativos já existentes e a socialização de experiências entre coletivos, na forma de brassagens coletivas e oficinas.

Pelo relato dos três coletivos, no início da organização houve a dificuldade de acesso a materiais impressos disponibilizados gratuitamente que socializassem o passo a passo de por onde iniciar. Assim, todas apontaram que em algum momento da produção a figura masculina apareceu enquanto possuidor de um conhecimento da área de produção de cerveja que as companheiras não tiveram acesso antes. Sendo assim, os três coletivos consideraram importante que houvesse uma sistematização de materiais que facilitassem esse aprendizado básico inicial, socializando de forma simples e gratuita o conhecimento cervejeiro.

Na proposta desse material didático e/ou formativo alguns pontos foram elencados enquanto de grande importância para estarem presentes, como: a histórica da cerveja, o papel da mulher na produção de cerveja, os insumos base, os materiais básicos para começar, algumas receitas básicas, o passo a passo da produção, armazenamento, debater a cerveja

enquanto um alimento, outros ingredientes diferentes possíveis de serem utilizados, entre outros.

Podemos observar que a dificuldade de iniciar o processo organizativo no sentido de saber o que comprar, como iniciar, qual receita é interessante iniciar, como é todo o processo de produção (da brassagem ao envase) foi uma difícil busca realizada pelos coletivos. Cada um superou esses obstáculos de uma forma, mas todos apontaram que a existência de um material simplificado, voltado à mulher e com instruções básicas seria um facilitador de processos e muito bem vindo.

O diálogo com os coletivos “Sem Rótulo”, “Mulher Guerreira” e “Subversiva” foi de grande importância para a compreensão da relevância e caminhos que o tema proposto por esse trabalho possui. A luta das mulheres realmente é diária, permeada com diversas formas organizativas que buscam somar a força feminina e feminista e conseguir superar as limitações e dificuldades sociais que até hoje são colocadas para as companheiras. No ramo cervejeiro, convivendo e estudando um pouco sobre os coletivos de mulheres, conseguimos visualizar algumas demandas com as quais é possível projetar contribuições. Uma delas, que é um dos resultados deste estudo, é a elaboração de um material educativo no formato de caderno pedagógico, que busque abordar de forma simples, mas profunda, boa parte dos pontos que aqui foram citados como dificuldades.

Assim, como colocado pelas companheiras, o material necessita possuir uma abordagem que o direciona especificamente para as mulheres. Não que as informações não possam e devam ser acessadas por todos, muito pelo contrário, esse alcance também é nosso objetivo. Mas, as mulheres são as protagonistas deste processo, sua potência individual e coletiva, suas dificuldades, a ancestralidade e a necessidade de se tornar cada vez mais consciente do processo de invisibilização e opressão das quais somos todas alvo nessa sociedade patriarcal, racista e de classes.

8 ELABORAÇÃO DE CADERNO PEDAGÓGICO UTILIZANDO METODOLOGIA DE FACILITAÇÃO GRÁFICA

A proposta do caderno pedagógico que construímos coletivamente nesse trabalho possui objetivo central de socializar conhecimentos sobre o contexto da cerveja no Brasil, contextualizada sob uma ótica de gênero e apresentar ferramentas que buscam potencializar, facilitar e instigar a organização coletiva e cooperada de mulheres para a produção de cerveja.

Para a elaboração do caderno pedagógico “Fermentando Resistência – Organização Coletiva de Mulheres para Produção de Cerveja Artesanal” foi realizado um intenso estudo bibliográfico que buscou traçar embasamento teórico, trazendo um debate atualizado e robusto sobre os temas abordados (Figura 21). Destacamos que no decorrer do desenvolvimento do caderno pedagógico a elaboração teórica feita anteriormente foi fundamental e facilitadora para a elaboração do mesmo.

A metodologia de comunicação aplicada na construção foi a da Facilitação Gráfica enquanto forma de trazer essa densidade teórica, mas de modo acessível para os diversos públicos que possam se interessar pela temática. A metodologia de entrevistas e a contribuição dos três coletivos de mulheres militante cervejeiras no trabalho foi fundamental para que a estruturação do caderno pedagógico fosse organizado, uma vez que grande parte do conteúdo deste foi direcionado pelos pontos destacados pelos coletivos como importantes de se compor um material didático sobre o tema, de modo a facilitar processo que foram inicialmente difíceis, ou ainda são entraves para os coletivos.

Os temas abordados no caderno pedagógico estão divididos segundo a seguinte sequência:

1. Histórico da cerveja no Brasil;
2. Histórico da mulher e o trabalho em uma sociedade de classe e patriarcal;
3. Organização coletiva e cooperada de coletivos de mulheres cervejeiras do estado do Rio de Janeiro;
4. Ingredientes básicos para produção de cerveja e incrementos com alimentos locais da agricultura familiar;
5. Utensílios básicos para produção de cerveja, com produção de 50 litros por brassagem, aproximadamente;
6. Uma receita para iniciar a produção;
7. Modo de preparo;
8. Modelo de ficha para organização das brassagens coletivas

Figura 21 – Capa do caderno pedagógico “Fermentando Resistência – Organização Coletiva de Mulheres para Produção de Cerveja Artesanal” sobre produção de cerveja artesanal por coletivos de mulheres



Fonte: autoria própria.

O caderno pedagógico inicia com uma página de ‘mística’ (momento de reflexão) que pretende trazer às leitoras expressões machistas que são naturalizadas no dia a dia e direcionadas às mulheres que se envolvem no ‘mundo da cerveja’ como consumidora ou produtora (Figura22). Ela é uma página à ser arrancada efetivamente do caderno pedagógico, enquanto mística do início da superação de mais um enfrentamento que as mulheres iniciarão com o início da organização coletiva para produção de cerveja artesanal.

Figura 22 - Facilitação gráfica que aborda expressões machistas que são naturalizadas no dia a dia no contexto da cerveja

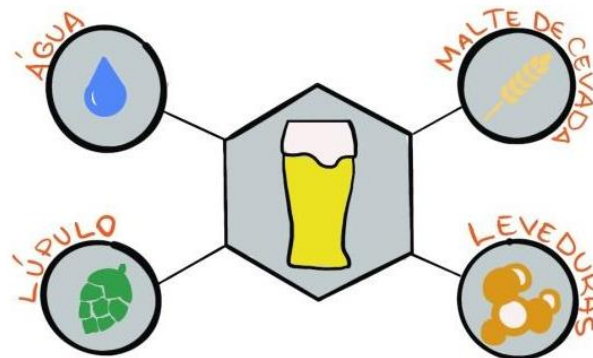


Fonte: autoria própria.

As quatro páginas seguintes abordam alguns dos pontos importantes que reconstruem o histórico da produção de cerveja no Brasil, mas o contextualiza com a estrutura social capitalista e a mudança do papel da mulher nesse processo até os tempos atuais. Buscando mais dialogicidade com a prática se segue no conteúdo com a exposição de alguns pontos incentivadores da organização coletiva que os três coletivos de mulheres militantes produtoras de cerveja artesanal entrevistadas apontaram, uma vez que a forma organizativa possui ligação direta com sua existência.

Sendo um desafio saber os utensílios e ingredientes básicos no momento em que se decide iniciar a produção de cerveja artesanal, o caderno pedagógico aponta quais são de modo geral para uma produção de 50 litros, aproximadamente (Figura23). É importante frisar que na prática é possível inserir ou substituir modelos de diversos utensílios, mas a proposta é apresentar uma possibilidade mais geral. Além dos ingredientes básicos também são listados alguns alimentos produzidos pela agricultura familiar, de forma agroecológica, que podem ser inseridos às receitas e instigar a criatividade.

Figura 23 - Facilitação gráfica que apresenta os quatro ingredientes básicos para produção de cerveja artesanal



Fonte: autoria própria.

Em suas últimas páginas está a proposta de uma receita para iniciar a produção de uma cerveja APA, com produção de 50 litros, aproximadamente. As primeiras produções ainda são momentos de muita ansiedade e apreensão, visto os diversos passos do processo produtivo. Nesse sentido, foi proposta uma receita que possui apenas os insumos básicos e estruturou-se um ‘passo a passo’ das etapas da produção até o momento em que a cerveja envasada está pronta para ser consumida.

A última contribuição do caderno pedagógico é a socialização de uma proposta de planilha organizativa para ser preenchida em todos os dias de produção de cerveja, abordando os insumos comprados, suas quantidades, seus preços e características, quem participou no dia, que dia foi realizada a brassagem e informações importantes no decorrer da feitoria (Figura 24). Esse instrumento organizativo pode ser utilizado como um arquivo de controle para o coletivo, conseguindo registrar informações importantes que podem ser trabalhadas com diversos objetivos pelo coletivo.

Figura 24 – Proposta de planilha organizativa para utilização pelos coletivos de produção de cerveja

Coletivo de cerveja:

Data: Participantes:
 Estilo de Cerveja: Quantidade:

RECEITA:				
MALTE	QUANTIDADE	VALOR R\$	EBC	CARACTERÍSTICAS

LÚPULO	QUANTIDADE	VALOR R\$	A.A %	OLESS%	CARACTERÍSTICAS

FERMENTO	QUANTIDADE	VALOR R\$

VALOR TOTAL DA RECEITA: R\$ _____

BRASSAGEM:			
PROCESSO	HORA	TEMPERATURA	QUANTIDADE
Aquecimento água			
Início da mosturação			
Mash out			
Início da Recirculação			
Término da Recirculação			
Aquecimento água Lavagem			
Início da Lavagem			
Início fervura			
1ª Dosagem Lúpulo			
2ª Dosagem Lúpulo			
3ª Dosagem Lúpulo			
4ª Dosagem Lúpulo			
Término Fervura			
Início Resfriamento			
Término Resfriamento			
Densidade inicial (OG)			
Densidade final (FG)			

Valores finais:ABV:

IBU (cálculo feito em aplicativo):

SRM(cálculo feito em aplicativo):

Fonte: disponibilizado do cervo do Coletivo de Cerveja Artesanal Subversiva.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o presente trabalho concluímos que, ao contextualizar o histórico da cerveja no Brasil, bem como os pilares que estruturam nossa sociedade, sob uma questão de gênero, é possível notar que as mazelas sociais também repercutem na área. Após a estruturação da sociedade capitalista, a produção de cerveja tem seu desenvolvimento com a exclusão da mulher de suas etapas de produção e, até mesmo, consumo. Assim, a organização das mulheres em coletivos produtores de cerveja artesanal está conseguindo romper, com muita luta, com essas amarras sociais. Mas, na prática, ainda se deparam com diversos desafios organizativos que precisam ser facilitados. Nesse sentido, observando alguns dos entraves apontados pelos três coletivos entrevistados, com a elaboração do caderno pedagógico formativa desenvolvida neste trabalho, acreditamos que possa ser uma ferramenta que potencialize essa organização e a construção de novos coletivos.

Apontamos como continuação desse trabalho a realização de uma avaliação do material elaborado junto aos coletivos e outros para que seja possível melhorar o conteúdo e adequá-lo às demandas reais da prática, para que se possa adaptar, acrescentar ou editar o conteúdo para uma versão completa e condizente com mais demandas dos coletivos.

REFERENCIAS

AMBEV. A construção de um sonho grande. Disponível em : <https://www.ambev.com.br/sobre/>. Acesso em: 12/02/2021.

AMBEV. Uma história de sucesso que ainda está sendo escrita. Disponível em: <https://www.ambev.com.br/sobre/nossa-historia/>. Acesso em: 12/02/2020.

ANTONIAZZI Noemir. Evolução Genética e da Tecnologia de Cultivo da Cevada cervejeira no Brasil, 2019.

ASSIS, Renato Linhares de. Agroecologia: visão histórica e perspectivas no Brasil. **Agroecologia: Princípios e técnicas para uma agricultura orgânica sustentável. Brasília: Embrapa**, p. 173-182, 2005.

BACELAR, Betânia Maria Filha et al. Metodologia para elaboração de cartilhas em projetos de educação ambiental em micro e pequenas empresas. **Recife (PE): Jepex**, 2009.

BALEM, T. A.; SILVEIRA, P. R. Agroecologia: além de uma ciência, um modo de vida e uma política pública. **Santa Maria: UFSM**, 2002.

BALL, Geoff. **Graphic facilitation focuses a group's thoughts. Supporting Effective Agreement. Consensus, a news paper published jointly by the Consensus.** Building Institute and the MIT-Harvard Public Disputes Program. 1998.

BARGHINI, Alessandro. Cauim: entre comida e ebriedade. **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas**, v. 13, n. 3, p. 561-571, 2018.

BENTO, Camila Vieira; DE ALMEIDA, João Batista. Elementos biotecnológicos fundamentais no processo cervejeiro: 1º Parte–As Leveduras. **Revista Analytica**, v. 25, p. 36-42, 2006.

Blog Conectados com a Geografia 15/ 08/2009. Disponível em: <http://popgeografia.blogspot.com/2009/08/mais-valia-em-quadrinhos.html>. Acessado em: 10/03/2021.

Fonte: Blog Ideia Clara. Facilitação Gráfica. Disponível em: <http://ideiaclara.com/servicos/facilitacao-grafica>>. Acesso em: 20/01/ 2021.

BONI, Valdete; QUARESMA, Sílvia Jurema. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Em Tese**, v. 2, n. 1, p. 68-80, 2005.

BORTOLI, Daiane A. da S. et al. Leveduras e produção de cervejas-Revisão. **Bioenergia em Revista: Diálogos (ISSN: 2236-9171)**, v. 3, n. 1, p. 45-58, 2013.

BRASIL. Decreto Nº 9.902, DE 8 de julho de 2019. **Regulamenta a Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas**, 2019.

BRASIL. INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 65, DE 10 DE DEZEMBRO DE 2019. Estabelece os padrões de identidade e qualidade para os produtos de cervejaria, 2019. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/instrucao-normativa-n-65-de-10-de-dezembro-de-2019-232666262>. Acesso em:12/02/2021.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Anuário da cerveja: 2019 / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Defesa Agropecuária. – Brasília: MAPA/SDA, 2020.

- BOROWSKI, RODRIGO. O malte e as cervejas puro malte, 21/06/2019. Disponível em: <https://cervejariamater.com/conteudo-cervejeiro/malte-e-puro-malte/>. Acessado em: 05/03/2021.
- CAMARA, Maria Clara Coelho et al. Transgênicos: avaliação da possível (in) segurança alimentar através da produção científica. **História, Ciências, Saúde-Manguinhos**, v. 16, n. 3, p. 669-681, 2009.
- CARRILHO, F. Necessidades do lúpulo do ponto de vista do clima e trabalhos culturais. 1as Jornadas Técnicas sobre a Cultura do Lúpulo. 1981.
- CATRACA LIVRE. Petição on-line pede o fim da objetificação das mulheres na publicidade, 30/05/2016. Disponível em: <https://catrlivrem.com.br/cidadania/peticao-on-line-pede-o-fim-da-objetificacao-das-mulheres-na-publicidade/>. Acesso em: 10/03-2021.
- CERVIERI JÚNIOR, O. et al. O setor de bebidas no Brasil. BNDES Setorial. **BNDES. Rio de Janeiro**, 2014.
- CRUZ, Sabrina da. Corpos em evidência: imagens de mulheres nas propagandas de cerveja. 2008.
- DA COSTA, Manoel Baltasar Baptista. **Agroecologia no Brasil: história, princípios e práticas**. Expressão Popular, vol 1, p. 8-35, 2017.
- CRUZ, Sabrina Uzêda. A representação da mulher na mídia: um olhar feminista sobre as propagandas de cerveja. **Travessias**, v. 2, n. 3, 2010.
- DARWIN, Helana Forthcoming. **You Are What You Drink: Gender Stereotypes and Craft Beer Preferences within the Craft Beer Scene of New York City**. Em Untapped: Exploring the Cultural Dimensions of Craft Beer. 1 ed. Morgantown: West Virginia University Press, 2017.
- DE AQUINO, Adriana Maria; DE ASSIS, Renato Linhares. **Agroecologia: princípios e técnicas para uma agricultura orgânica sustentável**. Brasília, DF: Embrapa Informação Tecnológica; Seropédica, RJ: Embrapa Agrobiologia, 2012.
- DE FREITAS BATISTA, Adriele Cristine. CAMPANHA PUBLICITÁRIA DE CERVEJA: CONSUMO DO PRODUTO OU DE MULHERES?. **REVISTA FUNEC CIENTÍFICA-MULTIDISCIPLINAR-ISSN 2318-5287**, v. 9, n. 11, p. 1-12, 2020.
- DE MELO, Jéssica Cristine; HERNANDES, Paulo Romualdo. Jesuítas e embates para a inculcação da educação e da cultura europeia na América Portuguesa. **Revista HISTEDBR On-line**, v. 16, n. 68, p. 18-31, 2016.
- DE NOVAES MARQUES, Teresa Cristina. **A Cerveja e a Cidade do Rio de Janeiro: de 1888 ao início dos anos 1930**. Paco Editorial, 2014.
- OLIVEIRA, Cristiano Lessa. Um apanhado teórico-conceitual sobre a pesquisa qualitativa: tipos, técnicas e características. **Travessias**, v. 2, n. 3, 2008.
- DE VARGAS GIORGI, Victor. “Cultos em cerveja”: discursos sobre a cerveja artesanal no Brasil. **Sociedade e Cultura**, v. 18, n. 1, p. 101-111, 2015.
- EMBRAPA. Novidades na 30ª Reunião de Pesquisa de Cevada, 13/04/2015. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/2677578/novidades-na-30-reuniao-de-pesquisa-de-cevada>. Acesso em: 05/03/2021.
- FEDERICI, Sílvia. **Caliban e a bruxa**. Autonomedia, 2004.
- FERREIRA, Ana Cristina et al. Motivações de compra e hábitos de consumo: um estudo com apreciadores de cerveja artesanal. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 13, n. 1, p. 12-31, 2019.

FOSTER, John Bellamy. **A ecologia de Marx: materialismo e natureza**. Editora Record, 2005.

HAUTOPP, Heidi; ØRNGREEN, Rikke. A review of graphic facilitation in organizational and educational contexts. **Designs for Learning**, v. 10, n. 1, p. 53-62, 2018.

HILTON, J. F. Hops. Hopsteiner, 2002.

KÖB, Edgar. Como a cerveja se tornou bebida brasileira: a história da indústria da cerveja no Brasil desde o início até 1930. **Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro, Rio de Janeiro, ano**, v. 161, p. 29-58, 2000.

KROHN, Lilian Verena Hoenigsberg. **Beber, fazer, vender: formação do mercado de cerveja artesanal no Brasil**. 2018. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

LABATE, Beatriz Caiuby et al. Drogas e cultura: novas perspectivas. 2008.

LEFF, E. Agroecologia e saber ambiental. **Agroecologia e desenvolvimento rural Sustentável**, v. 3, n. 1, p. 36-51, 2002.

LOPES, J. R. Cerveja nacional tem muito milho, afirma pesquisa da USP. **Folha de São Paulo**, 06/10/2012. (Adaptado). Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ciencia/2012/10/1164823-cerveja-nacional-tem-muito-milho-afirma-pesquisa-da-usp.shtml>. Acesso em: 20/02/2021.

Lupulândia, O lúpulo, [s/d]. Disponível em: <https://www.lupulandia.com.br/lupulo/>. Acesso em: 06/03/2021.

MAPA. Mapa e IICA desenvolvem projeto para fomentar cultivo de lúpulo no Brasil, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/mapa-e-iica-desenvolvem-projeto-para-fomentar-a-cultura-do-lupulo-no-brasil> Acesso em: 03/02/2020.

MARDEGAN, Sílvia Fernanda et al. Composição isotópica de carbono estável das cervejas brasileiras - Uma comparação entre cervejarias de grande e pequena escala. **Jornal de composição e análise de alimentos**, v. 29, n. 1, pág. 52-57, 2013.

MEO, Izabel Marques. Facilitação Gráfica no Brasil e Seu Uso em Projetos Editoriais. **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional**, v. 20, n. 20, p. 47-64.

MENEZES, C. Publicidade e as aulas de ética, 09/08/2013. Disponível em: <https://paginadoenock.com.br/o-melhor-detergente-e-a-luz-do-sol/cartaz-da-devassa-e-o-milionesimo-anuncio-de-cerveja-que-usa-a-mulher-como-chamariz-para-vender-alcool-trata-se-de-uma-propaganda-imoral-cabe-perguntar-a-bela-atriz-alinne-moraes-que-protagoniza-o/>. Acessado em: 10/03/2021.

DE MELO, Jéssica Cristine; HERNANDES, Paulo Romualdo. Jesuítas e embates para a inculcação da educação e da cultura europeia na América Portuguesa. **Revista HISTEDBR Online**, v. 16, n. 68, p. 18-31, 2016.

Ministério da Agricultura cria parceria para fomentar cultivo de lúpulo no Brasil. **Canal Rural**, 2020. Disponível em: <https://www.canalrural.com.br/noticias/agricultura/ministerio-da-agricultura-cria-parceria-para-fomentar-cultivo-de-lupulo-no-brasil/> Acesso em: 05/02/2021.

MONTELEONE, J. Cauim, a bebida ritual dos índios. **Brasil de Fato**. 06 de Setembro de 2019. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2019/09/06/cauim-a-bebida-ritual-dos-indios>. Acessado em: 02/02/2021.

MORADO, Ronaldo. Larousse da Cerveja. São Paulo: Larousse, 2009.

- MOSHER, Randy. Tasting Beer: An Insider's Guide to the World's Greatest Drink. **Storey Publishing**, 2009.
- MONTEIRO, Raquel Fonseca Guedes. Saccharomyces cerevisiae – O Modelo, [S/D].
- MST. Feminismo Camponês e Popular com identidade e revolucionário. **CEAGRO**, Laranjeiras do Sul, 2015.
- MST. Violência contra as mulheres e desafios à participação igualitária de gênero, 2015.
- MST. “A conspiração dos gêneros: elementos para o trabalho de base”. 2018.
- MST Rio de Janeiro. Facilitação Gráfica do Curso Feminismo, Marxismo e Diversidade, 2020.
- NOELLI, Francisco Silva; BROCHADO, José Proenza. O cauim e as beberagens dos Guarani e Tupinambá. **Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia**, n. 8, p. 117-128, 1998.
- PAIVA, V. Dia da cerveja: história comprova que cerveja foi criada e desenvolvida por mulheres, 2018. Disponível em: <https://www.hypeness.com.br/2018/08/a-historia-comprova-a-cerveja-foi-criada-e-desenvolvida-por-mulheres/>. Acesso em: 20/02/2021.
- PAIVIO, Allan. **Mind and its evolution: A dual coding theoretical approach**. Psychology Press, 2014.
- PARELLADA, Claudia Inês. Arte rupestre no Paraná. **Revista Científica/FAP**, 2009.
- PETERSEN, Paulo. **Construção do conhecimento agroecológico: novos papéis, novas identidades**. Articulação Nacional em Agroecologia, 2007.
- PICCINI, Ana Rita; MORESCO, Cristiano; MUNHOS, Larissa. Fluxograma das etapas de produção de cerveja, 2002. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/alimentus1/feira/prcrea/cerveja/fluxo.htm>. Acesso: 02/02/2021.
- Projeto que proíbe sensualidade em propaganda causa polemica. **Estadão**, São Paulo, 26, março de 2003. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral.projeto-que-proibe-sensualidade-em-propaganda-causa-polemica,20030326p34914>. Acesso em: 01/04/2021.
- REBELLO, Flávia De Floriani Pozza. Produção de cerveja. **Revista Agrogeoambiental**, v. 1, n. 3, 2009.
- RODRIGUES, M. A.; MORAIS, Jorge Sá; CASTRO, João Paulo. O lúpulo: da cultura ao extrato. Técnica cultural tradicional. **Livro de atas das Jornadas do Lúpulo e da Cerveja: novas oportunidades de negócio**, p. 1-10, 2015.
- ROMERO, SANDRO. Cervejas puro malte nacionais para você experimentar – TOP 10, 28/08/2020. Disponível em: <https://www.tivinonet.com/cervejas-puro-malte-nacionais-para-voce-experimentar-top-10/>. Acesso em: 05/03/2021.
- ROSA, Natasha Aguiar; AFONSO, Júlio Carlos. A química da cerveja. **Revista Química Nova. São Paulo**, v. 37, p. 98-105, 2015.
- ROSA, Sérgio Eduardo Silveira da; COSENZA, José Paulo; LEÃO, Luciana Teixeira de Souza. Panorama do setor de bebidas no Brasil. 2006.
- RUSSELL, I. Yeast In: HARDWICK, W.A. Handbook of Brewing. New York: Marcel Dekker, 1994. p.169-202.

RYBAČEK, V. Hop production. Development in crop science 16. 1991.

SAFFIOTI, Heleieth Iara Bongiovani. **A mulher na sociedade de classes: mito e realidade.** Expressão Popular, 2013.

SANTINI, A.; PACHECO, L. Lei Aldir Blanc – modos de usar 2020.

SEIBERT, Iridiani Graciele; GUEDES, Lizandra; MAFORT, Kelli. Feminismo Camponês e Popular. **VIII Encontro Debate Estratégico e Desafios o Feminismo Camponês e Popular no Brasil 2020.**

SIBBET, David. Inteligência visual: usando os padrões profundos da linguagem visual para desenvolver habilidades cognitivas. **Teoria em prática**, v. 47, n. 2, pág. 118-127, 2008.

SIBBET, David. Reuniões visuais: como gráficos, lembretes autoadesivos e mapeamento de ideias podem transformar a produtividade de um grupo. **Rio de Janeiro: Alta Books, 2013.**

SIBBET, David. Uma retrospectiva de facilitação gráfica. In: **Adaptado de um artigo apresentado na International Association of Facilitators: The Art and Mastery of Facilitation – Navigating the Future IAF Conference, 2001.**

SILVA, J. B. A. Cerveja. In: **VENTURINI, W. G. Filho. Tecnologia de bebidas.** São Paulo: Edgar Blücher, 2005. Cap. 15 p. 353.

SOUSA, Maria João. Obtenção de plantas de *Humulus lupulus* L. resistentes a vírus. **obtenção de plantas de *Humulus lupulus* L. resistentes a vírus, 2005.**

STORMOVSKI, Elenize Maria. Qualidade de sementes de cevada destinadas ao processo de malteação. 2018.

TRIVIÑOS, Augusto NS. A pesquisa qualitativa em educação. **São Paulo: Atlas, 1987.**

MORAIS, J. S. Lúpulo: Cultivares e Extrato. Unidade de Química Analítica – Instituto Politécnico de Bragança, 2015.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Entrevista Estruturada

	História do coletivo
1	Qual o nome do coletivo? Qual a história e o porquê dele (do nome)?
2	Qual(is) o nome da marca(s) e a motivação do nome da mesma(s)?
3	De onde partiu a ideia da organização de um coletivo de mulheres produtoras de cerveja?
4	Quando e como o coletivo foi formado? Quantas mulheres participam? Quais suas histórias?
5	Quantas mulheres participam? Quais suas histórias?
6	Vocês estão organizadas em algum movimento social? Qual?

7	Quais pontos facilitadores e inibidores na trajetória?
	Processo Produtivo
1	Em algum momento houve a participação de homens no processo organizativo?
2	Como é o método organizativo do coletivo? E como este coletivo se articula com o movimento social que vocês estão vinculadas?
3	Como é organizado o trabalho e a partilha dos rendimentos?
4	Quais as dificuldades nesse caminho de produção? Quais os gargalos na produção?
5	<ul style="list-style-type: none"> • Quais materiais/insumos utilizam e onde compram?
6	Quanto o recurso financeiro obtido da venda das cervejas consegue abranger o auto-sustento das companheiras?
7	Existe uma meta de produção mensal?
8	Como o auto-consumo é estimulado dentro do movimento social, mesmo com todos os casos de alcoolismo internamente?
9	Como a produção de cerveja é vista pelo conjunto das famílias e do movimento que fazem parte?
10	Qual a receita preferida do Coletivo? Por quê?
11	Quais são os gastos envolvidos na produção de 1 litro de cerveja? ‘Qual o valor de venda por litro?
	Material formativo
1	Como é "ser mulher" no meio cervejeiro?
2	Para além da autonomia financeira, quais outras autonomias (de fala, de espaço social e político, de tempo, entre outras) foram potencializadas nesse processo?
3	Para o momento inicial, foram encontrados materiais formativos resumidos de como iniciar a produção; contando o histórico da produção no Brasil; mostrando como e o que comprar; apontando possíveis receitas para iniciar o processo organizativo? Acredita ser importante a existência desse material unificado, simplificado e com uma leitura acessível?
4	Quais informações você julga importantes para compor um material formativo sobre produção de cerveja para mulheres?

Fonte: Elaborada pelo autor (2021).

APÊNDICE B – Caderno pedagógico “Fermentando Resistência – Organização
Coletiva de Mulheres para Produção de Cerveja Artesanal”