

LÍNGUA, CULTURA E CERVEJA: UM ESTUDO ECOLINGUÍSTICO DE RÓTULOS DE CERVEJA ARTESANAL

LANGUAGE, CULTURE AND BEER: AN ECOLOGICAL STUDY ABOUT ARTESANAL BEER LABEL

Zilda Dourado Pinheiro*

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo geral descrever e analisar as relações entre língua e cultura em rótulos de cervejas artesanais produzidas no Brasil. O estudo está fundamentado pela Ecolinguística, teoria que estuda as interações entre língua, povo e território em seus meios ambientes mental, social e natural, conforme Couto (2016). O conjunto dessas interações compõe o Ecosistema Linguístico que, segundo Couto (2018), está inserido no Ecosistema Cultural. Assim, esse trabalho pretende analisar como se dão as relações entre língua e cultura nos rótulos de cerveja interpretando seus aspectos mentais, naturais e sociais. Os resultados preliminares demonstram que os rótulos de cervejas artesanais brasileiras podem compor um imaginário de cada estilo de cerveja que se atualiza por meio da língua, da receita e do rótulo. Trata-se de uma visão brasileira para cada estilo de cerveja, como se apresenta nos nomes e nos rótulos.

Palavras-chave: Língua. Ecosistema Cultural. Cerveja artesanal.

ABSTRACT

The general objective of this paper is describing and analysing the relations between language and culture in handmade beer labels produced in Brazil. This paper is grounded by Ecolinguistics, a theory which studies language, people and territory in its mental, social and natural environments according to Couto (2016). The set of these interactions compose the linguistics ecosystem that, according to Couto (2018), is included at Cultural Ecosystem. The labels presents symbols that shows a imaginary of a determined brand of beer. Because of all these characteristics, the Brazilian

* Professora efetiva do curso de Letras da Universidade Estadual de Goiás – Câmpus Quirinópolis. Doutora em Linguística pelo Programa de Pós Graduação em Letras e Linguística da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Goiás. Email: zildadourado18@gmail.com.

handmade beer labels can produce a imaginary of each beer style that updates itself by language, the recipe and the label. It's a Brazilian version of each beer style, how we can see at the names and the labels.

Keywords: *Language. Cultural Ecosystem. Handmade beer.*

1 INTRODUÇÃO

Para estudar as inter-relações entre língua e cultura nos rótulos de cervejas artesanais produzidas no Brasil, este trabalho toma como *corpus* a lista de cervejas publicadas no livro *Brasil Beer – o guia das cervejas brasileiras* de 2014 e alguns perfis de cervejarias no Instagram. A motivação para esse estudo surgiu do grande crescimento do mercado de cerveja artesanal no Brasil e do gosto pessoal pela qualidade dessa bebida. De acordo com a Associação Brasileira de Cerveja Artesanal – ABRACERVA (2017), o número de cervejarias brasileiras artesanais e independentes cresceu 37, 7%, segundo os dados divulgados pelo Ministério da Agricultura, Agropecuária e Abastecimento (MAPA). Diante desse crescimento, observa-se que essas novas empresas investem em inovações nas receitas das cervejas, nos rótulos e nos nomes. Dentro desse contexto, o presente trabalho apresenta um olhar para essas inovações, em termos de língua e de cultura, a partir dos postulados teóricos da Ecolinguística.

De acordo com Couto (2016), a Ecolinguística é uma teoria ecológica de estudos da linguagem. O prefixo “Eco” demonstra a sua filiação com a Ecologia, ciência que estuda as interações entre os seres vivos e o seu meio ambiente, *habitat*, bioma etc. A “Linguística” direciona esse olhar ecológico para a linguagem humana, reconhecida como uma interação. Portanto, a Ecolinguística estuda as inter-relações entre o meio ambiente e a língua.

O conjunto das interações entre os seres vivos e o seu meio ambiente constitui o ecossistema que é o objeto de estudo da Ecologia. Esse ‘conjunto das interações’ é uma delimitação do pesquisador, uma vez que, para os ecólogos, todos os biomas, animais, plantas e seres humanos estão interligados por uma grande rede de interações que os mantém vivos. Então, ecossistema e interação são conceitos chave para os estudos da Ecologia.

Enquanto uma teoria ecológica, a Ecolinguística direciona os conceitos de ecossistema e interação para a linguagem. Couto (2016) afirma que a língua é um modo de interação das pessoas entre si e com o seu meio ambiente circundante. O conjunto das interações entre língua, povo e território forma o Ecossistema Linguístico, delimitado pelo ecolinguista. No interior do Ecossistema Linguístico, há dois elementos concretos e que se relacionam diretamente – o povo e o território. A língua depende de um povo para existir em determinado território. Logo, um estudo do ecossistema torna-se um estudo de uma comunidade de falantes e de seu modo de interagir linguisticamente em seu meio ambiente.

Além da língua, é possível estudar a cultura de uma comunidade sob o viés da Ecolinguística. Couto (2018) amplia os estudos ecolinguísticos ao afirmar que a língua é um elemento da cultura de uma comunidade. As interações linguísticas criam, repassam e atualizam as práticas, os valores, as crenças, os mitos, rituais, estilos de vida, dentro de um grupo. Assim, pode-se reconhecer o linguístico como sendo um elemento fundamental para a cultura.

A partir dessas concepções, Couto (2018) desenvolve o Ecossistema Cultural, o conjunto das interações entre Cultura – Povo – Território. Cultura é entendido como um modo de interação

de uma comunidade em seu meio ambiente. Ela também é dependente de uma comunidade para existir em um território. Além disso, a língua ajuda a manter uma cultura. Desse modo, Couto (2018) demonstra que o Ecosistema Linguístico está inserido no Ecosistema Cultural.

Para entender melhor essa concepção, vale a pena retomar o conceito de interação. Conforme Couto (2018), a Ecologia define dois tipos de interação: a interação organismo-organismo e a interação organismo-mundo. Em termos de língua, a interação organismo-organismo é a comunicação, o que para a Ecolinguística é concebida como uma interação comunicativa, esta se dá entre os membros de uma comunidade. Já a interação organismo-mundo é reconhecida nos processos de referenciação e de nomeação, pois são modos de classificar, definir e hierarquizar os elementos naturais circundantes de uma comunidade. Língua e Cultura se desenvolvem nesses dois tipos de interação de uma comunidade.

Em relação à cerveja, pode-se compreendê-la como um elemento cultural, pois existem pessoas consumidoras e certas práticas características que as congregam em uma comunidade. O modo mais tradicional de se tornar cerveja se dá em grupo e em momentos festivos, como se vê em bares e festas. Portanto, cerveja é cultura. Em termos de interação, além da interação comunicativa, pode-se compreender que a transmissão da história da cerveja, estilos e receitas se dá no processo de comunicação. Os rótulos da cerveja podem ser compreendidos como unidades de sentido que materializam interações entre organismo – mundo, de modo a fazer referência ao ambiente circundante da cerveja produzida.

Esse trabalho irá investigar as relações entre língua e cultura tomando por base uma interação organismo-mundo materializada nos rótulos de cerveja. Para isso, iremos mobilizar o Ecosistema Cultural, segundo Couto (2016) e Dourado (2018). Para esses autores, é possível estudar qualquer manifestação cultural sob o viés ecolinguístico, porque se trata de modos de interação os quais o linguístico aparece como um elemento extremamente importante para a existência de uma cultura.

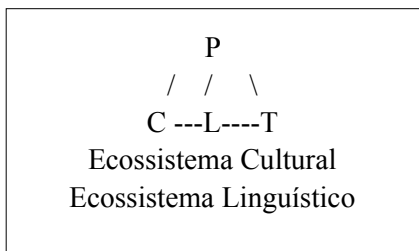
2 O ECOSISTEMA CULTURAL: A CULTURA CERVEJEIRA

A abordagem da cultura segundo o Ecosistema Cultural prioriza as inter-relações entre língua e cultura, porque ambas são linguagens de natureza semiótica. Couto (2016) afirma que tudo o que circunda o povo apresenta uma representação para essas pessoas. Por isso que é preciso uma população para manter uma cultura viva e atuante. Nesse sentido, o Ecosistema Cultural se constrói em dois processos: de interação e de compartilhamento.

O Ecosistema Cultural é uma totalidade de signos e sistemas de signos (C) de determinada comunidade, ou seja, tudo o que é compartilhado por seus membros (P) convivendo em determinado lugar (T), tanto no nível material, como no imaterial (COUTO, 2018, p. 50).

Desse modo, a interação de uma comunidade com o seu meio ambiente engendra valores, padrões de comportamentos, rituais, narrativas, costumes, objetos, bens materiais. Todo esse conjunto mantém uma cultura viva junto à sua comunidade. Nas palavras de Couto (2018, p. 50), “cultura é tudo o que o povo fez, faz e fará”. A língua torna-se um elemento importante, pois boa parte da cultura é perpassada pela linguagem verbal. Nesse sentido, Couto (2018) afirma que o Ecosistema Linguístico está inserido no Ecosistema Cultural. Além de uma comunidade linguística, existe uma comunidade de cultura com os elementos materiais e imateriais de seu acervo. Como se vê na figura a seguir:

Figura 1 – Ecosistema Cultural e Ecosistema Linguístico



Fonte: (COUTO, 2018, p. 51).

Do mesmo modo que o Ecosistema Linguístico, o Ecosistema Cultural também integra outros três meios ambientes: o natural, o mental e social. De acordo com Couto (2018), o meio ambiente natural é o lócus da interação comunicativa, comporta os elementos físicos e naturais. O meio ambiente mental está no interior do cérebro dos falantes, envolve as percepções, sensações, a memória e a imaginário, segundo Couto (2018). E o meio ambiente social é o conjunto das pessoas que integram uma coletividade, um grupo social. Dourado (2018) acrescenta que, em termos de cultura, o Ma

natural também são os cenários da interação comunicativa prototípica de uma cultura. O Ma mental é composto pelos símbolos e mitos de uma comunidade. O Ma social é um grupo característico e divulgador de uma dada cultura.

As interações comunicativas e culturais produzem os elementos materiais e imateriais de uma cultura. Os elementos materiais são de ordem física e concreta: os naturofatos e os artefatos. Os naturofatos podem ser entendidos como monumentos naturais que têm um simbolismo de nacionalismo para uma comunidade. Couto (2018) cita o exemplo do Cristo Redentor para os brasileiros. Já os artefatos são objetos típicos de uma determinada cultura, por exemplo, o berimbau e a cabaça para a capoeira.

Os elementos imateriais são criações e convenções de uma comunidade: os mentefatos e os sociofatos. Couto (2018) diz que os mentefatos são de ordem psíquica, provenientes das sensações, percepções, imaginação e memória, por isso, podem ser entendidos como os símbolos característicos de uma cultura (DOURADO, 2018). Já os sociofatos são regras de convivência estabelecidas por um grupo social para se manter unido e harmônico. Essas regras subjazem às regras da interação comunicativa. Nesse sentido, Dourado (2018) acrescenta que toda comunidade de fala se sustenta por uma cultura e esta é dependente de uma interação comunicativa específica que a mantém viva e atualizada. Como se vê, o estudo da cultura comporta um estudo de comunidade, de seu acervo e modo de interagir com o seu meio ambiente. A língua transmite e atualiza essa cultura. É o que veremos a seguir em relação aos rótulos de cerveja.

3 A COMUNIDADE CERVEJEIRA DO BRASIL

Como foi largamente exposto nesse trabalho, a existência de uma cultura é dependente de um povo que a mantenha e a transmita para as próximas gerações. Desse modo, a cerveja é uma bebida cuja receita foi transmitida por várias gerações e se propagou por vários lugares no mundo. Por essa expansão, vários estilos de cervejas foram criados e compartilhados por meio de congressos, festivais, programas de televisão, canais de internet, livros etc. Tais eventos e obras trazem a ideia de cultura cervejeira. Em termos ecolinguísticos, é possível reconhecer uma comunidade da cultura cervejeira.

Essa comunidade é formada pelos produtores e consumidores de cerveja, numa perspectiva macro. Cada cervejaria com o seu lugar de fabricação e comercialização da cerveja cria uma comunidade pequena, juntamente com os seus clientes. Portanto, podemos reconhecer um ecossistema cultural quando uma comunidade se reúne em torno do estudo, fabricação e degustação da cerveja artesanal.

Couto (2018) afirma que no interior do Ecosistema Cultural existem dois tipos de interação: a interação comunicativa e a referência. A primeira é equivalente à interação organismo-organismo

do Ecossistema Biológico. A referência é correspondente à interação organismo-meio ambiente. Essa interação pode ser compreendida em duas perspectivas: onomasiológica e semasiológica.

Na onomasiologia tem-se a ideia de que para cada coisa existe uma palavra específica que a designa. Na semasiologia tem-se a ideia de que uma palavra pode fazer referência a várias coisas, a palavra é polissêmica. Para a Ecolinguística, a palavra surge em um processo onomasiológico. Depois de estabelecida como um vocábulo, a palavra pode ganhar novos sentidos em novos processos tais como a metáfora, metonímia, polissemia etc. (COUTO, 2018).

Podem-se compreender os rótulos de cerveja como uma materialidade de interação entre organismo-mundo que se efetiva pela polissemia das palavras. O nome dado à cerveja e o seu rótulo expressam um modo particular de atribuir valor a um objeto típico da cultura cervejeira. Nesse processo, vários fatores influenciam, entre esses destacam-se: região, estilo de cerveja, mitologia etc. Isso aparece no nosso *corpus* de análise formado por dez rótulos de cerveja.

3.1 A INFLUÊNCIA DO *Ma* NATURAL

Couto (2018) chama a atenção para o fato de que no interior do Ecossistema Cultural pode haver mais de uma língua. No Rio Grande do Sul, estado com maior produção de cerveja artesanal no país, encontram-se comunidade bilingues: português- alemão; português-italiano. Esses quatro rótulos a seguir demonstram a influência do bilinguismo na nomeação das cervejas, o que evidencia uma importância dada ao território original da cerveja.

A Alemanha é um país de muita tradição na produção de cerveja. Tanto que existe a Lei de Pureza Alemã, uma receita de cerveja datada do século XVI, de autoria do Duque Guilherme da Baviera (OLIVEIRA; DRUMMOND, 2014). Assim, tem-se os nomes da Cervejaria Schmitt, uma família de descendência alemã. Inclusive, na figura 2, percebe-se um termo composto por dois vocábulos: o Schmitt da língua alemã e o La Brunette, uma mistura de francês com inglês. O nome “Schmitt La Brunette” está em conformidade ao estilo *Stout*, de cerveja escura e de chocolate. A figura da Pin Up traz a ideia da *femme fatale*, uma imagem universal de sedução feminina associada ao aroma afrodisíaco do chocolate. Logo, percebemos uma associação entre a mulher sensual, a cor escura e o prazer do chocolate. Logo tem-se o sentido fundador desse rótulo: a noite de prazer erótico. O que traz um novo conceito para o consumo de cerveja. Bem diferente do próximo rótulo a seguir:

Figura 2 – La Brunette



Fonte: Cervejaria Schmitt.

Figura 3 – Hunsüinsck Cream Ale



Fonte: Cervejaria Hunsüinsck.

O termo “Prost”, em alemão, significa “Saúde”. O rótulo dessa cerveja ressalta a Alemanha pela predominância das cores amarela e vermelha. Também se percebe um formato oval de brasão. Esses elementos também reforçam a valorização do Ma natural prototípico da cerveja e a busca pela nobreza, uma distinção entre o puro e o impuro. A Figura 5 traz um novo elemento para o discurso da nobreza, referente ao Ma natural da cerveja: a santidade.

Figura 5 – Cerveja Heilige



Fonte: Cervejaria Heilige.

Essa influência do Ma natural também se dá de modo bastante peculiar na Cervejaria Hunsüinsck. Esse nome foi escolhido para homenagear as serras baixas da Alemanha porque elas são semelhantes às serras gaúchas da cidade de Dois Irmãos – RS (OLIVEIRA; DRUMMOND, 2014). Nesse rótulo, a coloração dourada traz uma ideia de nobreza, porque está associada a um brasão da cervejaria. O que reforça muito o discurso de distinção de pureza *versus* impureza, segundo o qual a cerveja é considerada como nobre se for produzida segundo a Lei da Pureza Alemã. O que reforça a visão de que essa bebida é produzida por nobres e em uma região privilegiada. O mesmo discurso sobre a nobreza/pureza se percebe na Figura 4 a seguir:

Figura 4 – Prost Bier Indian Pale Ale



Fonte: Cervejaria Prost Bier.

De acordo com Oliveira e Drummond (2014), “Heilige” foi um termo escolhido para homenagear a cidade origem da cervejaria, Santa Cruz do Sul, no Rio Grande do Sul. Esse termo significa “santa”. Logo se vê o discurso da nobreza divulgado pelos nomes alemães de cerveja, trazendo o ideal de nobre e puro de maneira a distinguir das outras cervejas. Aqui se vê o valor atribuído ao Ma natural, um lugar nobre e sagrado.

Também existem nomes de cervejas em forma de metáforas, construídas em um processo semasiológico, de modo a trazerem novos significados para

as cervejas. Conforme Couto (2018), as metáforas estão na ordem do Ma mental, pois são criadas a partir das percepções e sensações do corpo e da mente. Vê-se isso nas imagens a seguir dos rótulos de cerveja da Cervejaria Mea Culpa, que criou uma linha de cervejas com nomes dos seguintes pecados capitais: avareza, luxúria, ira, vaidade e preguiça.

Figura 6 – Cerveja Avareza



Fonte: Cervejaria Mea Culpa.

Figura 7 – Cerveja Gula



Fonte: Cervejaria Mea Culpa.

Figura 8 – Cerveja Ira



Fonte: Cervejaria Mea Culpa.

Figura 9 – Cerveja Luxúria



Fonte: Cervejaria Mea Culpa.

Figura 10 – Cerveja Preguiça



Fonte: Cervejaria Mea Culpa.

Figura 11 – Cerveja Vaidade



Fonte: Cervejaria Mea Culpa.

Percebe-se nesses rótulos um processo de nomeação por metáfora, no sentido de definir um conceito em termos de outro. Ao atribuir um pecado para cada cerveja demonstra uma associação de sensações proporcionadas por cada bebida. Tal como apareceu nos rótulos anteriores, a cerveja de cor preta está com o rótulo da luxúria. O sentido erótico e sexual atribuído à cor que remete à escuridão da noite se repete. Os rótulos da gula, preguiça, vaidade e avareza valorizam as cores claras, douradas, linhas arredondadas, trazendo valores associados ao estilo de vida nobre, burguês: comer bem, curtir ócio, embelezar-se e acumular riquezas. Soma-se a esses sentidos a coloração dourada dessas cervejas. Somente o rótulo da cerveja ira agrega um novo valor a esse discurso de nobreza: a raiva é amarga e só gente rica pode senti-la. Isso pode ser compreendido pela associação do extremo amargor do estilo IPA dessa cerveja com a imagem touro de terno e gravata.

Outro elemento interessante está nas figuras femininas que aparecem nos rótulos, como se vê nas amostragens a seguir:

Figura 12 – Cerveja Colombina



Fonte: Cervejaria Colombina.

Figura 13 – Cerveja Belohorizontina



Fonte: Cervejaria Backer.

Percebe-se nesses rótulos a associação das sensações corporais e da feminilidade à cerveja. O feminino aparece nos rótulos em seu aspecto erótico, imprimindo um sentido de prazer no consumo.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desse trabalho foi o de analisar as inter-relações entre língua e cultura nos rótulos de cerveja, conforme o estudo do Ecossistema Cultural, proposto por Couto (2018). O *corpus* de análise foram rótulos de cerveja retirados da publicação *Brasil Beer: o guia das cervejas brasileiras* e de perfis de cervejarias no Instagram. A amostragem desse trabalho demonstrou diferenças no processo de atribuição de nomes para as cervejas.

Primeiramente, faz-se necessário reconhecer que há uma comunidade de produtores de cerveja no Brasil que forma um Ecossistema Cultural. No interior desse ecossistema, conforme Couto (2018), existem dois tipos de interações: a interação comunicativa, que se dá entre organismo-organismo e a nomeação/referenciação/significação, corresponde à interação organismo-meio ambiente. Os rótulos de cerveja podem ser considerados como materialidades da interação organismo-meio ambiente. Trata-se, portanto, de nomear um objeto de cultura conforme as relações de um grupo com o seu meio ambiente. Assim, a amostragem trouxe a influência dos Mas natural e mental nesses processos de nomeação.

As cervejas produzidas no Rio Grande do Sul apresentam nomes alemães e seus rótulos reforçam cores da bandeira da Alemanha e de nobreza, como o dourado. Esses nomes evidenciam um discurso de nobreza, relacionada à Lei da Pureza Alemã, o que faz com que essas cervejas busquem uma filiação direta com o território primeiro da cerveja, no caso, a Alemanha. Logo se vê que a cerveja é caracterizada no Sul como um bem nobre e europeu.

Já a amostragem das cervejas produzidas longe do Rio Grande Sul apresenta um processo de nomeação que se dá por metáforas. Nos rótulos apresentados, tem-se metáforas corporais, dos sentidos do corpo imprimidos na degustação das cervejas. Também temos a presença de figuras femininas nos nomes e rótulos, uma associação de feminilidade ao rótulo, principalmente nas cervejas de estilo Pilsen e Wies que apresentam coloração clara.

Essa amostragem de rótulos nos apresenta dois discursos fundantes dos nomes e rótulos de cerveja: o do erotismo e o da nobreza. Esse estudo foi de caráter introdutório e pretende expandir a análise para um *corpus* maior, que alcançasse outras regiões do país. Desse modo, compreende-se que a língua portuguesa tem sido veículo de transmissão e manutenção da cultura cervejeira no Brasil, assim como de atualização, que se percebe numa maneira diferente de apresentar os rótulos aos consumidores. Isso demonstra o caráter essencialmente ecológico da cultura, que se atualiza conforme as interações dos membros e de seus territórios.

REFERÊNCIAS

ABRACERVA. *Número de cervejas artesanais no Brasil cresce 37,7 % em 2017*. Disponível em: <http://abracerva.com.br/2018/02/16/numero-de-cervejarias-artesanais-no-brasil-cresce-377-em-2017/>. Acesso em: 02 maio 2017.

CERVEJARIA BACKER. *Cerveja Belohorizontina*. 2018. Disponível em: www.instagram.com/cervejariabacker. Acesso em: 11 maio 2018.

- CERVEJARIA COLOMBINA. *Cerveja Colombina*. 2018. Disponível em: www.instagram.com/cevejariacolombina. Acesso em: 9 maio 2018.
- CERVEJARIA HEILIGE. *Cerveja Heilige*. 2018. Disponível em: www.instagram.com/cevejariahellige. Acesso em: 6 maio 2018.
- CERVEJARIA HUNSRÜCK. *Hunsiinsck Cream Ale*. Prost Bier Indian Pale Ale. 2018. Disponível em: www.instagram.com/hunsrück. Acesso em: 11 maio 2018.
- CERVEJARIA MEA CULPA. *Cerveja Preguiça*. 2018. Disponível em: www.instagram.com/cevejariameaculpa. Acesso em: 7 maio 2018.
- CERVEJARIA MEA CULPA. *Cerveja Avaréza*. 2018. Disponível em: www.instagram.com/cevejariameaculpa. Acesso em: 7 maio 2018.
- CERVEJARIA MEA CULPA. *Cerveja Gula*. 2018. Disponível em: www.instagram.com/cevejariameaculpa. Acesso em: 22 maio 2018.
- CERVEJARIA MEA CULPA. *Cerveja Ira*. 2018. Disponível em: www.instagram.com/cevejariameaculpa. Acesso em: 25 mar. 2018.
- CERVEJARIA MEA CULPA. *Cerveja Luxúria*. 2018. Disponível em: www.instagram.com/cevejariameaculpa. Acesso em: 5 abr. 2018.
- CERVEJARIA MEA CULPA. *Cerveja Vaidade*. 2018. Disponível em: www.instagram.com/cevejariameaculpa. Acesso em: 13 jun. 2018.
- CERVEJARIA PROST BIER. *Prost Bier Indian Pale Ale*. 2018. Disponível em: www.instagram.com/prostbier. Acesso em: 11 maio 2018.
- CERVEJARIA SCHIMITT. *La Brunette*. 2018. Disponível em: www.instagram.com/@cevejariaschmitt. Acesso em: 7 maio 2018.
- COUTO, H. H. do. Ecosistema cultural. *Ecolinguística: Revista Brasileira de Ecologia e Linguagem (ECO-REBEL)*, v. 4, n. 2, p. 44-58, 2018. Disponível em: <http://periodicos.unb.br/index.php/erbel/issue/view/913>. Acesso em: 2 maio 2018.
- COUTO, H. H. do. Linguística ecossistêmica. In: COUTO, H. H. do et al. *O paradigma ecológico para as ciências da linguagem: ensaios ecolinguísticos clássicos e contemporâneos*. Goiânia: UFG, 2016.
- COUTO, H. H. do. O Ecosistema cultural. *Ecolinguística: Revista Brasileira de Ecologia e Linguagem (ECO-REBEL)*, v. 4, n. 1, p. 44-58, 2018. Disponível em: <http://periodicos.unb.br/index.php/erbel/article/view/28724/20242>. Acesso em: 5 maio 2018.
- DOURADO, Z. *Ecosistema cultural: as inter-relações entre língua, corpo e cultura na roda de capoeira*. Brasília: Anderson Nowogrodzski da Silva, 2018.
- OLIVEIRA, H; DRUMMOND, H. *Brasil Beer: o guia das cervejas brasileiras*. Belo Horizonte: Gutenberg, 2014.