



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
BACHARELADO EM GASTRONOMIA

ARTHURO MAGNO MOREIRA CAVALCANTE

**CERVEJA ARTESANAL: Um estudo de caso da produção, comercialização e consumo
em Fortaleza**

FORTALEZA

2021

ARTHURO MAGNO MOREIRA CAVALCANTE

CERVEJA ARTESANAL: Um estudo de caso da produção, comercialização e consumo em
Fortaleza

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do curso de Gastronomia da
Universidade Federal do Ceará, como requisito
parcial à obtenção do título de Bacharel em
Gastronomia.

Orientador: Prof. Dra. Alessandra Pinheiro de
Góes Carneiro.

FORTALEZA
2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Sistema de Bibliotecas
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

C364c Cavalcante, Arthuro Magno Moreira.
Cerveja artesanal : um estudo de caso da produção, comercialização e consumo em Fortaleza / Arthuro Magno Moreira Cavalcante. – 2021.
27 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Gastronomia, Fortaleza, 2021.

Orientação: Profa. Dra. Alessandra Pinheiro de Góes Carneiro.

1. Cerveja artesanal - Fortaleza (CE). 2. Cervejarias. 3. Cerveja - Comércio. I. Título.

CDD 641.013

ARTHURO MAGNO MOREIRA CAVALCANTE

CERVEJA ARTESANAL: Um estudo de caso da produção, comercialização e consumo em
Fortaleza

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do curso de Gastronomia da
Universidade Federal do Ceará, como requisito
parcial à obtenção do título de Bacharel em
Gastronomia.

Aprovada em: __/__/____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Alessandra Pinheiro de Góes Carneiro (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Rafael Queiroz Gurgel do Amaral
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Tiago de Mesquita Facundo
Cervejaria Turatti

A Deus.

Aos meus pais, Edson e Kátia.

AGRADECIMENTOS

À Prof. Dra. Alessandra Pinheiro de Góes Carneiro, pela excelente orientação.

Aos professores participantes da banca examinadora Rafael Queiroz Gurgel do Amaral e Tiago de Mesquita Facundo pelo tempo, pelas valiosas colaborações e sugestões.

Ao Tiago, pelo tempo concedido nas entrevistas.

À Kátia, minha mãe, pelo incentivo e encorajamento para conclusão do curso.

À Fazenda Sossego Hotel, nas pessoas de Aristeu Mendes e Ana Aristênia, por disponibilizar o espaço para meu estágio.

“A cultura cervejeira é parte do mundo das comidas e bebidas. Não é apenas uma commodity engarrafada; tem muito valor como produto agrícola com bons ingredientes” (Michael Jackson, jornalista britânico especialista em cerveja, conhecido como *The Beer Hunter*). In: Morado (2017, p. 328).

RESUMO

Partimos, para nossa pesquisa, da seguinte questão: como se dá a produção de cerveja artesanal na cidade de Fortaleza? Assim, pesquisamos a produção em uma cervejaria no Ceará e tivemos como hipótese que tal mercado vem se ampliando nesta cidade e que sua produção se assemelha, em alguns aspectos, à produção das grandes cervejarias. Este trabalho teve como objetivo geral analisar a produção, comercialização e consumo em uma cervejaria artesanal localizada em Fortaleza-CE. O referencial teórico foi elaborado com base nos autores Morado (2017); Dragone, Silva e Silva (2016) e Breda (2016). Para sua realização, utilizou-se a pesquisa de campo com o uso de visitas técnicas e entrevista semiestruturada; o método foi de pesquisa exploratória, além de envolver levantamento bibliográfico, entrevistas e método descritivo. A entrevista ao colaborador da cervejaria permitiu corroborar alguns fatos encontrados na literatura, como o tempo de produção ser compatível entre a indústria e a pequena cervejaria, além de oferecer o resultado de que a cervejaria em questão estava em processo de expansão anteriormente à pandemia da Covid-19 e de que conseguiu manter esse processo mesmo durante o período de isolamento social mantido na cidade.

ABSTRACT

We start, for our research, from the following question: how is the production of craft beer in the city of Fortaleza? Thus, we researched the production in a brewery in Ceará and we hypothesized that this market has been expanding in this city and that its production is similar, in some aspects, to the production of large breweries. The theoretical framework was prepared based on the authors Morado (2017); Dragone, Silva and Silva (2016) and Breda (2016). For its accomplishment, field research was used with the use of technical visits and semi-structured interviews; the method was exploratory research, in addition to involving a bibliographic survey, interviews and a descriptive method. The interview with the brewery's collaborator allowed us to corroborate some facts found in the literature, such as the production time being compatible between the industry and the small brewery, in addition to offering the result that the brewery in question was in the process of expansion before the Covid-19 pandemic and that he managed to maintain this process even during the period of social isolation maintained in the city.

SUMÁRIO

1	APRESENTAÇÃO.....	08
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	09
2.1	A produção de cerveja industrial e cerveja artesanal	09
2.2	A cerveja artesanal no Brasil	11
3	ARTIGO CIENTÍFICO.....	13
	REFERÊNCIAS	23
	APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	25

1 APRESENTAÇÃO

A cerveja é uma bebida que carrega muita história da humanidade, pois sua produção remota 6.000 anos atrás, passando sua história desde sua descoberta, provavelmente por acaso. Pela sua forma muito parecida com o pão, a sua produção em mosteiros onde os monges jejuavam e não podiam consumir alimentos, assim consumiam a cerveja. Nesse mesmo período, ela ainda era considerada alimento onde os monges consumiam entre 5 a 8 litros da bebida por dia (MORADO, 2017, P.32). A cerveja é uma das bebidas mais consumidas e populares no mundo, existem vários estilos de produção da cerveja que resultam em uma gama de sabores diferentes, apreciados por determinados amantes e/ou consumidores da bebida no mundo.

Este trabalho tem como título: CERVEJA ARTESANAL: Um estudo de caso da produção, comercialização e consumo em Fortaleza. Teve como intenção mostrar as principais diferenças entre a cerveja produzida industrialmente e a cerveja produzida em menor escala em microcervejarias. A cerveja artesanal é importante para o mercado e amantes de cervejas que buscam alternativas de cervejas diferentes das industrializadas que não tem a mesma liberdade para criar e mudar suas opções de rótulos. Assim, as cervejarias artesanais ou microcervejarias podem ter no seu portfólio cervejas sazonais dependendo da época do ano e disponibilidade de insumos para sua criação. Para este trabalho, foi utilizado como base de estudo uma microcervejaria em Fortaleza-CE. O artigo foi escrito seguindo as orientações e submetido para a revista Brasileira de Gastronomia.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

É possível que a cerveja tenha sido descoberta por acaso, assim como muitos outros tipos de bebidas e preparações. Segundo Morado (2017, p.19), “é muito provável que o processo de fabricação tenha sido descoberto por acaso. As etapas da produção reforçam essa tese.” Pelo fato de a cerveja ter muitos ingredientes parecidos com o pão, ela é chamada de “pão líquido” e muitas pessoas a consideram como alimento. “Existe uma relação direta entre pão e cerveja: ambos são feitos de grãos de cereais [...], água e fermento, e apresentam valor nutricional semelhante – assim como o pão, a cerveja alimenta, sendo, por isso, chamada de pão líquido” (MORADO, 2017, P.19). Dragone, Silva e Silva (2016) afirmam que o padeiro era responsável, no Egito, pelo processo da cerveja, devido à natureza da matéria-prima, o que vem confirmar a ideia anterior.

Segundo Dragone, Silva e Silva (2016), os ingredientes básicos para a produção das cervejas, em geral, são cevada maltada, água, lúpulo e levedura. No entanto, apesar da produção dessa bebida remontar a mais de 6.000 anos, só na Idade Média, o lúpulo foi introduzido no processo e ainda que a nível mundial esse seja um ingrediente fundamental em sua produção. Foi também nessa época que a bebida começou a ser produzida em maior escala. Na Alemanha, ainda segundo os mesmos autores, existe a chamada “lei de pureza alemã”, de quase 500 anos¹, que restringe a produção da bebida a esses ingredientes. No Brasil, por sua vez, é permitida a substituição do malte de cevada por cereais maltados ou não, e ainda por carboidratos vegetais (adjuntos).

2.1 A produção de cerveja industrial e cerveja artesanal

As cervejas industriais e artesanais basicamente passam pelo mesmo processo, que é, segundo Morado (2017, p.127):

A receita básica para a fabricação da cerveja é simples: mói-se a cevada maltada e coloca-se em infusão a quente com água; coa-se a mistura, ferve-se de novo com lúpulo e novamente coa-se. Acrescenta-se, então, a levedura e deixa-se fermentar. Depois, essa bebida fermentada fica em repouso por algum período para maturação e, em seguida, retiram-se as leveduras, tornando a cerveja própria para o consumo.

¹ Essa é a informação mantida na 2ª edição do livro. No entanto, no corpo do artigo, os autores afirmam que essa lei é de 1516, tendo, portanto, mais de 500 anos. Eles também informam que ela é considerada a lei mais antiga sobre a manipulação de alimentos.

Ambas se diferenciam basicamente pelo volume com que é feita (litros), pelos aditivos, sejam químicos, para fazer com que a cerveja dure mais tempo nas prateleiras, ou orgânicos, como maltes desnecessários para certo tipo de cerveja e que são utilizados pela indústria para baratear a produção. Sabe-se que a produção industrial visa um mercado mais amplo e por isso procura seguir um padrão que agrada à maioria da clientela. Ao mesmo tempo, os cervejeiros que se concentram numa produção mais artesanal prezam pela liberdade de criar receitas com ingredientes diversos e apelam para um público diferenciado, apreciador de cerveja, disposto, inclusive, a desembolsar mais pelo produto. Para Breda (2016, p. 86), o grande diferencial da produção artesanal seria “a facilidade e a flexibilidade de criar vários produtos e diversificar sua produção, em razão do pequeno volume produzido”.

Quanto à produção e consumo de cerveja a nível mundial, a China figuraria desde 2002 como a maior produtora e consumidora da bebida, à frente até dos Estados Unidos, cujo mercado teria estagnado desde os anos 1980 (DRAGONE, SILVA E SILVA, 2016). Em 2012, dados mais atuais apresentados pelos autores, o Brasil estaria em 3º lugar no mesmo quesito, atrás apenas das duas grandes potências mundiais. A partir de 2000, há uma concentração no mercado cervejeiro resultante de grandes fusões e aquisições de empresas, a exemplo do Brasil, que hoje tem o predomínio de uma empresa que, em 2012, já fazia parte de um grupo multinacional (ABInBev)² que liderava a produção mundial, atuando na Bélgica, nos Estados Unidos e no Brasil. Quanto ao consumo brasileiro, passamos de 49 L *per capita*, em 2005, para 62 L, em 2012. Essa tendência de operar em mercados internacionais, a exemplo dos diversos outros negócios do mundo contemporâneo, diz respeito à produção e venda de cerveja industrial.

Quanto à cerveja artesanal, ao contrário da cerveja industrial, a produção e o consumo se dão em nível local, nas microcervejarias, que se caracterizam pela produção de até 200 mil litros ao mês, definição estabelecida pela Escola Superior de Cerveja e Malte (*apud* SEBRAE, 2015). As regiões Sul e Sudeste dominam esse mercado, mas nas outras regiões, incluindo o Nordeste, ele também tem crescido nos últimos anos. Para Ramos e Pandolfi (2019, p. 484), “o mercado de cervejas artesanais é altamente competitivo devido à crescente quantidade de novos entrantes nos últimos anos, com rótulos, sabores e estratégias diferenciadas”. Segundo registro do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), em 2017, o Brasil chegou a 679 cervejarias legalmente instaladas em seu território.

² Na página da empresa no Brasil, o grupo afirma estar presente em 17 países, em todos os continentes. V. in: <https://beertech.ab-inbev.com/about>. Consultado em 22 nov. 21.

2.3 A cerveja artesanal no Brasil

Segundo Santos (2004), a cerveja não teria chegado ao Brasil pela mão dos portugueses, já que estes não eram consumidores dessa bebida, assim como não era conhecida pelos povos indígenas originários. Para ele, é provável que ela tenha chegado ao nosso país pelas mãos dos holandeses no século XVII, durante o período de sua colonização nestas terras (1634-1654), tendo desaparecido com a saída deste povo do território brasileiro e só reaparecendo entre o final do século XVIII e início do seguinte. A chegada da família real teria sido um marco nesse sentido, já que até aquele momento, os portos brasileiros eram fechados para navios estrangeiros, o que significava contrabando desse produto em período anterior a ele. Essa história, porém, é contada de forma diversa. Dragone, Silva e Silva (2016), por exemplo, atribuem à chegada da família real ao Brasil, o hábito de consumir tal bebida, mais especificamente por D. João VI.

Com a influência dos ingleses sobre os portugueses no início do século XIX, o comércio de cerveja se intensifica no Brasil, já que aqueles eram seus maiores produtores no século em questão e estes acabam incorporando o consumo de produtos como “o pão branco, o chá, o queijo, o presunto, o gim, o uísque e a cerveja” (SANTOS, 2004, p. 12). No final do século XIX, a cerveja inglesa teria sido substituída pela cerveja local, de menos qualidade, porém mais barata, assim como a Alemanha começa a predominar neste comércio, oferecendo um produto que já vinha em garrafas e caixas, ao contrário da inglesa, que chegava em barris.

Para Morado (2017), houve três principais momentos do movimento cervejeiro artesanal no Brasil. O primeiro deles teria acontecido a partir de 1986, com a instalação da cervejaria Bavarian Park em Curitiba; o segundo, seria marcado pela influência dos Estados Unidos, devido principalmente à estratégia de *marketing* das grandes cervejarias (MORADO, 2017, p. 402-403). Por fim,

a terceira onda do movimento cervejeiro artesanal brasileiro se iniciou em 2006, com a criação da Associação dos Cervejeiros Artesanais (ACERVA Carioca). O objetivo inicial do grupo era reunir os cervejeiros caseiros do estado para compartilhar receitas, trocar ideias, promover brassagens coletivas e negociar melhores condições na compra de insumos, materiais e equipamentos (MORADO, 2017, p. 403).

Apesar dessa divisão do autor, Santos (2004) observa que já no final do século XIX, no Rio Grande do Sul, imigrantes de origem alemã e italiana produziam suas cervejas e as comercializavam em suas vendas, havendo centenas desses estabelecimentos, o que parece nos mostrar que a produção de cerveja artesanal parece se intensificar, mas não ser tão recente

no país. Este autor, inclusive, nos mostra que a produção industrial no Brasil se dá pelo mesmo período:

Em 1880 instalaram-se no Rio de Janeiro as primeiras máquinas compressoras frigoríficas, que produzindo gelo artificial, propiciavam um ambiente refrigerado, representando um grande avanço na indústria cervejeira do país. Com essa tecnologia pode-se obter uma cerveja de baixa fermentação, uniforme e límpida, como as da Bavária e da Boêmia.

Data dessa época a fundação das duas cervejarias que viriam a dominar o mercado nacional, a Companhia Cervejaria Brahma do Rio de Janeiro e a Companhia Antarctica Paulista (SOUSA, 2004, p. 20).

Na visão de Ramos e Pandolfi (2019), o público alvo dos produtores de cerveja artesanal seriam os consumidores gerais da bebida – pessoas acima de 18 anos, que consumam cerveja tradicional e ou especial³, que agregam outras características, tais como quererem uma puro malte que permita aguçar seu paladar, mesmo que isso exija um valor extra a ser gasto. O perfil de tais consumidores, em sua maioria, inclui homens entre 25 e 31 anos, sendo o público feminino correspondente a 12% do total; em geral, são pessoas com formação universitária, que, em geral, mantêm interação razoável nas mídias sociais.

Um dado importante sobre as cervejas artesanais, no Brasil, são os fatores que as tornam mais caras. Segundo o Sebrae (2015):

O filão das cervejas artesanais sofre com a falta de escala para competir com as cervejas de massa, ao passo que a carga tributária das duas é a mesma: ao redor de 56%. Além do volume menor, as bebidas especiais costumam trabalhar com matérias-primas mais caras, muitas vezes importadas, o que faz com que o preço final seja mais de cinco vezes o cobrado pelas tradicionais.

Outros fatores são resumidos a seguir:

[...] além da grande incidência de tributos (chegando a mais de 60% do total), a história fica mais complexa quando se considera descontos de ICMS, descontos na Pauta, lobby das grandes cervejarias, dificuldades da logística brasileira, prazos de pagamento (quando estes de fato ocorrem), recolhimento antecipado de impostos... (FOLTRAN, 2014, ADAPT.).

Apesar dessas dificuldades, é preciso considerar a insistência de cervejeiros em investir em um produto diferenciado, pois não se pode negar a expansão desse mercado, se considerarmos a concentração da produção das cervejas industriais nas mãos de poucos, ao passo que cresce o número de cervejarias, o que nos leva a concluir que há realmente um crescimento das cervejas artesanais.

³ São consideradas cervejas especiais as artesanais, importadas e industriais da categoria Premium (VALENTE, 2017).

3 ARTIGO CIENTÍFICO

Para fins de publicação do trabalho foi escolhida a Revista Brasileira de Gastronomia.

CERVEJA ARTESANAL: Um estudo de caso da produção, comercialização e consumo em Fortaleza

ARTISANAL BEER: A case study of production, marketing and consumption.

RESUMO

Há muito tempo na Alemanha se tem uma tentativa de obter uma padronização na qualidade das cervejas, a fim de evitar o uso de ingredientes desnecessários na sua produção. Esse é um processo que vem desde a criação da Reinheitsgebot em 1516, pelos duques Guilherme IV e Luís X (MORADO, 2017). Por essa razão, foi proposto um estudo de caso sobre a produção de cerveja artesanal, mais especificamente em uma cervejaria no município de Fortaleza-Ceará, a fim de conhecer como ela é produzida, quais são os estilos mais consumidos. No Ceará, está se desenvolvendo uma cultura de beber cervejas artesanais, de consumidores frequentarem estabelecimentos onde se produzem, consomem e também se vendem essas cervejas. Este trabalho também traz um pouco do movimento que vem surgindo das cervejas artesanais, com congressos, associações e etc. Para a realização deste trabalho, utilizou-se a pesquisa de campo com o uso de visitas técnicas e entrevista semi-estruturada, utilizando referencial teórico para auxiliar na fundamentação e no entendimento e discussão dos pontos sensíveis encontrados durante a pesquisa. Como o interesse do trabalho centra-se também na produção da cerveja artesanal, destacamos inicialmente uma pergunta feita ao informante, no final da entrevista, sobre como conseguem a fermentação e qual o tempo médio para isso. Podemos afirmar que nossos objetivos foram atingidos, pois fizemos visitas técnicas num primeiro momento com o objetivo de conhecer o espaço em que se daria nossa pesquisa.

ABSTRACT

There has been an attempt in Germany for a long time to standardize the quality of beers, in order to avoid the use of unnecessary ingredients in their production. This is a process that dates back to the creation of Reinheitsgebot in 1516, by Dukes William IV and Louis X (MORADO, 2017). For this reason, a case study on the production of craft beer was proposed, more specifically in a brewery in the city of Fortaleza-Ceará, in order to know how it is produced, which are the most consumed styles. In Ceará, a culture of drinking craft beers is developing, of consumers attending establishments where these beers are produced, consumed and also sold. This work also brings a little of the movement that has been emerging from craft beers, with congresses, associations and so on. To carry out this work, field research was used with the use of technical visits and semi-structured interviews, using a theoretical framework to assist in the foundation and in the understanding and discussion of the sensitive points found during the research. As the interest of the work is also focused on the production of artisanal beer, we initially highlight a question asked to the informant, at the

end of the interview, about how they achieve fermentation and what is the average time for this. We can say that our objectives were achieved, as we made technical visits at first with the objective of getting to know the space in which our research would take place.

1. INTRODUÇÃO

Há muito tempo na Alemanha fez-se uma tentativa de obter uma padronização na qualidade das cervejas, a fim de evitar o uso de ingredientes desnecessários na sua produção. Esse é um processo que vem desde a criação da Reinheitsgebot em 1516, pelos duques Guilherme IV e Luís X (MORADO, 2017). O Brasil, por sua vez, está entre os três maiores países consumidores e produtores de cerveja, ficando, na produção, atrás apenas da China e dos Estados Unidos e na frente de países como a Alemanha e a Rússia (MARCUSO e MULLER, 2017). Mas toda essa cerveja é produzida industrialmente e contém muitos aditivos, sejam eles para baratear a produção, seja para aumentar a vida de prateleira, dentre outros motivos (MORADO, 2017).

Para entender melhor um dos aspectos desse processo brasileiro, fizemos um estudo de caso sobre a produção de cerveja artesanal, mais especificamente em uma cervejaria no município de Fortaleza-Ceará, a fim de conhecer como ela é produzida, quais são os estilos mais consumidos. No Ceará, está se desenvolvendo uma cultura de beber cervejas artesanais, de consumidores frequentarem estabelecimentos onde se produzem, consomem e também se vendem essas cervejas. No mês de maio de 2018, foi realizado o primeiro Congresso⁴ sobre cerveja do Ceará, no qual teve foco a produção de cervejas artesanais e caseiras.

Para Hughes (2014, p. 17), cerveja artesanal “é toda cerveja produzida por uma cervejaria pequena⁵ e independente com ingredientes de qualidade e métodos tradicionais.” Nesse sentido, cervejas artesanais e caseiras se diferenciam apenas quanto ao local de produção.

Apesar da tendência mostrada acima, sabemos que a cerveja artesanal ainda é pouco conhecida para a grande parte da população brasileira, que conhece a cerveja apenas produzida industrialmente. Esta bebida, porém, tem um lugar importante na história, pois é consumida há muitos séculos, sendo muitas vezes produzida em pequena escala, para consumo próprio. Assim, a cerveja artesanal tem um diferencial. Por ser fabricada em menor escala, pode ser produzida em diversos estilos diferentes, não contendo os aditivos que a

⁴ Congresso Mergulho na cerveja (congresso sobre cerveja realizado em Fortaleza - CE, no ano de 2018, voltado para a produção artesanal e caseira).

⁵ São consideradas microcervejarias, pela Escola Superior de Cerveja e Malte (*apud* SEBRAE, 2015), aquelas que produzem até 200 mil litros de cerveja ao mês.

indústria introduz em sua produção. Torna-se, desse modo, uma cerveja com a possibilidade de melhor qualidade e de melhor sabor.

Apesar das poucas etapas na produção, tem-se um grau de dificuldade elevado em cada uma delas, permitindo, contudo, que o interessado na produção consiga realizar o processo em sua própria casa. Para isso, tem-se que buscar estudos sobre o assunto para que consiga fazer corretamente todas as etapas (HUGHES, 2014). Os estudos sobre esse tema ainda são restritos na comunidade acadêmica, mas já identificamos alguns artigos (MEGA, NEVES E ANDRADE, 2011; GIORGI, 2015; OLIVEIRA, ROSA E TOMAZIN, 2019; SANTOS, COSTA, SANTANA E POLICARPO, 2019), além de outros trabalhos acadêmicos, dos quais destacamos a dissertação de Krohn (2017), que trata dos discursos e práticas de participantes do mercado de cervejas “artesanais”⁶. Este estudo procura informar ao público acadêmico e à comunidade cearense que gosta de cervejas em geral sobre a cerveja artesanal: suas diferenças, principais características, que podem fazer essa cerveja melhor para consumir e incentivar o seu consumo.

Dos dados apresentados pelo MAPA (2017), 48 das 679 cervejarias legalmente instaladas no Brasil estão localizadas no Nordeste e menos de 10, no Ceará. A primeira cervejaria artesanal do Ceará foi inaugurada em setembro de 2016, no bairro Luciano Cavalcante em Fortaleza, que é a cervejaria 5 Elementos, em sua inauguração tinha capacidade para produzir 1.200 litros de cerveja por mês. Seu surgimento se deu através de 5 amigos que tinham como passatempo a criação das suas próprias cervejas. Em maio do mesmo ano duas de suas cervejas já tinham sido premiadas no Concurso Nacional das ACERVAS. (JORNAL O POVO ONLINE, 2016).

Assim, esta pesquisa centra em uma cervejaria artesanal, que pode servir para mostrar como o mercado produtor e consumidor de cervejas artesanais está se comportando no Ceará. Como exemplo do surgimento de grupos e associações que influenciam a sua divulgação, citamos o CONFRADELAS, que é um grupo formado por mulheres, para estudar, produzir e organizar eventos sobre cervejas em Fortaleza, e a Associação dos Cervejeiros Caseiros do Ceará (ACERVA-CE), que é a associação de produtores de cerveja caseira do Ceará. Estes promovem workshops, palestras sobre assuntos relacionados à produção de cerveja,

⁶ Aspas da autora.

promovem brassagens⁷ de cervejas em grupos e muitas outras atividades para seus associados e para o público, geralmente com alguma taxa para a participação.

Além desse movimento de divulgação de microcervejarias no Ceará, há também pesquisas na universidade que pretendem desenvolver produtos diferenciados, como é o caso de uma experiência feita na Universidade Federal do Ceará (UFC), pela produção de cerveja artesanal com acerola e abacaxi, cuja avaliação sensorial e de características físico-químicas foi positiva, considerada uma cerveja artesanal ácida frutada. O objetivo da equipe de pesquisadores ligados a programas de pós-graduação em Engenharia e Tecnologia em alimentos era “desenvolver uma cerveja artesanal com acerola e abacaxi, trazendo uma nova alternativa ao nicho de mercado, além da associação ao aumento de suas características funcionais” (PINTO, ZAMBELLI, SANTOS JÚNIOR, PONTES, 2015, p. 67).

Menezes Filho, Silva e Castelo (2020) apresentam perfis dos consumidores de cervejas artesanais em Fortaleza a partir de suas práticas de consumo. Os autores entrevistaram, em 2018, 55 pessoas (37 homens e 18 mulheres) com hábitos de consumo periódico e partiram de observações de consumo em estabelecimentos e eventos relacionados à cerveja artesanal, chegando a cinco perfis. Conforme o que defendem, tais perfis podem servir “como inspiração para estratégias de negócios já que é possível identificar e consistentemente comunicar valores que conectam cada perfil de consumidor com o produto” (p. 382). Destaca-se apenas um tipo de perfil, de *expert*, porque uma de suas características é de formadores de opinião, utilizando-se das redes sociais para mostrar tal conhecimento; alguns deles trabalham na área como *sommeliers*, consultores e professores.

Em meio todas essas informações esta pesquisa, teve como objetivo geral analisar a produção, comercialização e consumo em uma cervejaria artesanal localizada em Fortaleza-CE e como objetivos específicos: 1) Conhecer a cervejaria artesanal, por meio de visitas técnicas, buscando informar-se de suas produções; 2) Identificar como ocorre o consumo das cervejas do estabelecimento; 3) Verificar como ocorre a produção artesanal e quais estilos mais consumidos na realidade do local; 4) Verificar os possíveis impactos sobre o mercado das cervejas artesanais sofridos no período da pandemia da Covid-19 ora em curso.

⁷ Segundo a definição de Hughes (2014, p. 18), a brassagem “é o processo pelo qual os amidos dos grãos maltados são convertidos em açúcares fermentáveis. Os grãos são mergulhados em água quente (mas não fervente), para produzir um líquido doce chamado mosto”.

2. METODOLOGIA

Para a realização deste trabalho, utilizou-se a pesquisa de campo com o uso de visitas técnicas e entrevista semi-estruturada, utilizando referencial teórico para auxiliar na fundamentação e no entendimento e discussão dos pontos sensíveis encontrados durante a pesquisa. A entrevista foi gravada para revisitação do conteúdo. Ela consistiu na análise da produção e do consumo, antes e depois da pandemia, de uma microcervejaria de cervejas artesanais na cidade de Fortaleza, Ce. Para isso, realizamos duas visitas técnicas e em uma delas foi feita uma entrevista gravada com o responsável pela produção e mestre cervejeiro. Utilizou-se, assim, o método de pesquisa exploratória, que, para Gil (2002), significa familiaridade com o problema, tornando-o mais explícito, além de envolver levantamento bibliográfico e entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o tema em questão. Ainda conforme o autor, uma das formas que tal método pode assumir é o estudo de caso, formato da nossa pesquisa.

O método descritivo também foi necessário, já que este contemplava a necessidade de conhecer o processo de produção e recepção da bebida em questão. Segundo Gil (2002, p. 42), “as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis.” Fez-se uma abordagem qualitativa a partir de uma pesquisa de campo, no qual, “[...] estuda-se um único grupo ou comunidade em termos de sua estrutura social, ou seja, ressaltando a interação entre seus componentes” (GIL, 2002, p. 53).

Optou-se por investigar o mercado das cervejarias artesanais devido à expansão que tem se visto nos últimos anos, mesmo em uma capital nordestina, como Fortaleza.

A análise dos dados se deu por categoria de análises determinadas a partir do roteiro de entrevista.

2.1 Roteiro de perguntas para entrevista

Partiu-se de um roteiro de 8 (oito) perguntas, mas este foi flexível e permitiu que a entrevista se realizasse de forma espontânea, informal, de maneira que o informante podia tocar em outros pontos não pensados pelo pesquisador, assim como este complementava alguma pergunta, no ato da entrevista, quando considerava necessário. O roteiro básico das questões pode ser visto a seguir:

- 1- Pode nos contar uma breve história da cervejaria?
- 2- Quais tipos de cerveja são produzidos?
- 3- Quais são as mais vendidas em ordem decrescente?
- 4- Qual a motivação para a produção de cervejas artesanais?
- 5- Acredita que a cerveja é um elemento cultural forte na cidade de Fortaleza?
- 6- Qual a política governamental no trato com as cervejarias artesanais? Como se dá o controle da produção, como são os impostos? Há algum incentivo ou este é destinado às indústrias cervejeiras de grande porte?
- 7- Qual a análise comparativa dos dados de consumo das cervejas produzidas antes e durante a pandemia, considerando principalmente a prática do consumo da cerveja artesanal em seu local de produção?
- 8- O que as redes sociais agregaram aos serviços da cervejaria no período da pandemia?

2.2 Local de realização da pesquisa de campo

A pesquisa de campo e entrevista foi realizada em uma Cervejaria Artesanal em Fortaleza com seu responsável pela produção e gerenciamento da empresa. Conforme dados do site <http://www.cervejariaturatti.com.br/> da Turatti seria a primeira microcervejaria de Fortaleza⁸, com atendimento no local da produção, como ocorre em geral com esse tipo de negócio, mas também com entrega para outros locais onde possa ser solicitado o serviço. A loja em que se deu a pesquisa não é a primeira da empresa de que faz parte.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Reconstruímos um pouco da história da cervejaria por meio da resposta do informante à nossa primeira pergunta, que tratou dessa questão. Ela é originada da Lupus Bier, trazida para Fortaleza desde 1998. Seus proprietários tinham uma fábrica semelhante no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina. Em 2017, decidiram abrir uma loja na região da Aldeota, Meireles ou Varjota, tendo se instalado nesta última. Migraram toda a fábrica da sua matriz, que continua existindo, mas precisaram mudar o nome, ainda que mantenham o mesmo CNPJ. O informante anteriormente era representante de uma maltaria e fazia distribuição de malte alemão para toda a Região Nordeste e passou a ser funcionário no momento da instalação dessa nova loja.

Como o interesse do trabalho centra-se também na produção da cerveja artesanal, destacamos inicialmente uma pergunta feita ao informante, no final da entrevista, sobre como conseguem a fermentação e qual o tempo médio para isso. Conforme sua resposta, o processo

⁸ Neste trabalho, inserimos um dado que contradiz tal informação, com base em matéria do Jornal O Povo (2016), que traz uma cervejaria de 2016, no Bairro Luciano Cavalcante como sendo a primeira do Ceará.

de fermentação, seja numa grande empresa, numa micro ou mesmo numa produção caseira, é o mesmo. Na microcervejaria que gere, é um processo que ocorre entre três e cinco dias. Quanto à maturação, afirma que desenvolveu um conhecimento suficiente para conseguir diminuir o tempo desse processo, por meio de técnicas, que lhe permite aliar tempo menor e produto de qualidade. A resposta a essa questão vai ao encontro da afirmação de Morado (2017) de que o processo de produção de cervejas industriais e artesanais é basicamente o mesmo.

Para visualização da resposta à questão⁹ de que se tratava dos tipos de cerveja produzidos por eles, elaboramos o quadro 1:

Quadro 1: tipos de cerveja produzidos na microcervejaria.

TIPOS DE CERVEJA	
FIXAS	SAZONAIS
Lager	Duas sour
Munich helles	Uma de seriguela
Apa	Uma de goiaba com morango
Ipa	Uma ris (<i>Russian Imperial Stout</i>)
Session ipa	Uma red lager
Stout	
Black ipa	
Weizen	

Fonte: elaboração própria com base na entrevista.

As cervejas fixas são aquelas cervejas que fazem parte permanente do cardápio, as sazonais são aquelas cervejas que variam de acordo com a época do ano e a disponibilidade de insumos para a elaboração das cervejas.

Ao ser questionado sobre os tipos mais consumidos, o informante fez a seguinte afirmação:

“Nosso carro-chefe é a lager, que a gente vende em maior quantidade; depois vem a munich helles, depois a session ipa, depois a nossa ipa e a red lager. São as cinco que vendem mais”.

A questão que se tratava da motivação para a produção de cervejas artesanais e como se pode ver na resposta resumida, os motivos parecem surgir de interesses que a pessoa desenvolve inicialmente pela cerveja artesanal:

Em 2012, eu trabalhava na área de tecnologia, viajava muito para outros estados e comecei [...] a ter acesso a cervejas artesanais. Comecei a ser convidado por alguns alunos com quem fazia amizade para churrasco em suas casas, tomar cerveja e tal. [...]. Fui apresentado para esse mercado na

⁹ Como a primeira tratava da história da cervejaria, incluímos na metodologia.

época de artesanal ainda, na panela [...]. [...] Quando eu parei de viajar, comprei algumas panelas e comecei a tentar fazer em casa. Aqui em Fortaleza, no estado do Ceará, em todo o Nordeste, não tinha nada para você comprar insumo. Então o que você tinha de adquirir era fora do estado, São Paulo, nas outras capitais ou até trazer de fora. Então abri uma loja de malte, fui convidado por uma maltaria, por uma empresa que importa malte pra ser representante deles aqui no Ceará e em todo o Norte-Nordeste. [...] Então a partir desse momento eu comecei a buscar especialização: curso técnico, superior, especialização sobre fermentação e por aí vai. E foi quando surgiu o convite do L... para eu vir tocar a parte da cerveja artesanal aqui da cervejaria e tá dando certo até hoje.

Situando o contato inicial com a cerveja artesanal (a partir de 2012) até o momento em que ele se envolve com o projeto da Turatti e em que esta surge como uma loja de uma outra cervejaria, em 2017, pode-se perceber que há uma inserção desta no que Morado (2017) chama de terceira onda da produção desse tipo de cerveja. Tal onda teria se iniciado em 2006, no Rio de Janeiro, com a criação da Associação dos Cervejeiros Artesanais (ACERVA Carioca) com o objetivo de reunir os cervejeiros cariocas que faziam uma produção caseira.

Quanto à cultura do brasileiro em relação à cerveja artesanal, o entrevistado acredita que já houve uma grande evolução, destacando a região Sul, cujos imigrantes alemães teriam difundido tal cultura. Também destaca o fato de que no Nordeste esse movimento acontece só a partir de 2011/2012, quando surgem as primeiras confrarias, primeiras lojas de venda de cerveja artesanal. Essa percepção vai ao encontro dos dados do MAPA (2017) de que até aquele momento havia menos de 10 microcervejarias no Ceará. Tal cultura tem seus empecilhos para ser difundida, algo que vai surgir com mais ênfase em outro momento da entrevista.

Quando é questionado sobre o fato de que a cerveja é um elemento cultural forte na cidade de Fortaleza, responde:

Sim, mas não só em Fortaleza, mas em todo o mundo, né? (...) O que nós precisamos mudar na cabeça do cearense é que você tem que beber menos e melhor (...)

Pela fala do informante, talvez esse segmento tenha a pretensão de ampliar os apreciadores da cerveja artesanal, que têm se caracterizado como predominantemente masculinos, com nível superior completo e com uma presença considerável nas redes sociais, conforme dados apresentados por Ramos e Pandolfi (2019).

A pergunta (Qual a política governamental no trato com as cervejarias artesanais? Como se dá o controle da produção, como são os impostos? Há algum incentivo ou este é destinado às indústrias cervejeiras de grande porte?) traz como resposta os maiores desafios

encontrados por aqueles que se envolvem com esse tipo de negócio. Transcrevemos abaixo um resumo da resposta do entrevistado, que, devido à complexidade da questão, alongou-se nesta:

Esse é o maior obstáculo que a gente tem, um produto que chegue barato e acessível a toda a população. Em termos de governo federal, existe o Mapa que faz todo o controle, toda a tributação, além do imposto sobre bebida alcoólica, que é bastante alto (...). Em âmbito estadual, infelizmente o nosso estado prejudica muito o crescimento das indústrias pequenas, como é o nosso caso. A taxa de impostos em cima da gente é muito grande. Então fica difícil competir com a grande indústria porque nesse segmento que a gente tem, quanto maior o volume que você fizer, mais barato o seu produto sai. Então hoje para haver uma concorrência justa com as grandes empresas, tenho que buscar incentivos e daí é todo um *lobby*. E é um segmento muito mal visto pelo governo, porque você é muito taxado, por exemplo, o mesmo produto que eu coloco no barril de cerveja, tirando do barril e colocando numa garrafa, ele vai aumentar 20%, então eu tô pagando quase 50% em cima do produto que a gente vende, ou seja, quase 50% do valor final do meu produto é de imposto. A gente tem uma geração de empregos muito grande, diretos e indiretos, que poderiam ajudar na economia do estado significativamente. Então é um movimento que deixa muito dinheiro para o governo.

A resposta do informante corrobora os dados do Sebrae (2015) de que a carga tributária das artesanais seria a mesma das cervejas de massa, fator importante para que o valor final do produto artesanal seja superior ao produto das grandes indústrias, acrescentando ainda o preço alto das matérias-primas, que às vezes são importadas. Outros fatores também são apresentados por Foltran (adaptado, 2014), tais como incentivos das grandes empresas, por meio de descontos no ICMS, dificuldades da logística brasileira, prazos de pagamentos, dentre outros.

Devido ao momento histórico que vivemos e sua influência nos diferentes mercados consumidores, resolvemos questionar do gestor entrevistado como a cervejaria tem atravessado a pandemia ocasionada pelo vírus SARS-CoV-2, responsável pela Covid-19. Vejamos sua resposta:

A gente vinha num crescimento exponencial fora do comum, ganhando público, mercado, quando veio a pandemia. Ao iniciar o *lockdown*, a gente teve um certo pânico e o que nós fizemos foi recolher todas as *chopeiras*¹⁰. Então a população ficou restrita ao acesso da sua casa, então as *lives* alavancaram as nossas vendas. A gente conseguiu contornar a situação, passamos uma semana fechados, mas tive que chamar o pessoal para produzir novamente para conseguir atender à demanda.

¹⁰ Ele conta que ao vender o barril, eles disponibilizam chopeiras que em seguida são recolhidas. Na pandemia, segundo seu relato, algumas pessoas queriam segurar as chopeiras para o barril que conseguiria duas ou três semanas depois.

Pós-pandemia¹¹ – foi muito bacana, porque quem antes não tinha conhecimento da cervejaria, passou a conhecer o nosso produto porque pediu *delivery*. Então a gente teve um crescimento bastante elevado. Passamos de 50 a 80.000 seguidores nas redes sociais, porque a gente pulverizou a marca no mercado. Então tudo aquilo que estava com as portas fechadas, a gente conseguiu agregar pós-pandemia. Então a gente voltou a crescer. O mês de dezembro de 2020 foi o mês com o maior número de produção na cervejaria até então. Em outubro tive que comprar mais quatro tanques, enquanto muitos estavam fechados, eu estava expandindo a minha fábrica. E cada mês que passa a gente tá conseguindo bater o recorde de produção.

Importante ver o relato do entrevistado porque diante da crise vivida em função da pandemia, esperava-se que a cervejaria teria sofrido um impacto negativo, como aconteceu com muitos serviços. No entanto, como ele mostra, ocorreu exatamente o contrário. O fato de as pessoas ficarem em casa, de passarem a assistirem *lives* e estarem mais presentes nas redes sociais como um todo, parece ter facilitado o conhecimento por parte dessas pessoas de produtos antes pouco difundidos. A pergunta final de nossa entrevista revela essa realidade, pois, para o informante, as redes sociais simbolizaram um *marketing* necessário, mas não suficiente para que seu negócio se ampliasse. Para ele, junto à divulgação, é preciso haver um produto de qualidade e um bom atendimento por parte da equipe.

4. CONCLUSÃO

Podemos afirmar que nossos objetivos foram atingidos, pois fizemos visitas técnicas num primeiro momento com o objetivo de conhecer o espaço em que se daria nossa pesquisa; num segundo momento, fizemos a visita a fim de entrevistar o gestor da microcervejaria. Quanto ao objetivo de entender o consumo desta, identificamos que ocorre de duas formas: no próprio local de produção e por meio de entrega em domicílio ou outros estabelecimentos comerciais. Como um serviço próprio ao lazer das pessoas, precisou ficar fechado durante os períodos em que o governo estadual decretou tal medida. No entanto, verificamos que seu comércio conseguiu se beneficiar do marketing promovido em redes sociais, sobretudo por meio de *lives*, e acabou tendo um crescimento considerável durante a pandemia.

Também tivemos informações a respeito do processo de produção, que se assemelha, em muitos sentidos, com as grandes indústrias, embora enfrente mais desafios do que estas e isso faça com que as microcervejarias ainda não tenham conseguido uma clientela mais ampla. Além disso, foram informado os tipos de cerveja produzidos, sejam as fixas ou as sazonais, conforme disse o informante.

¹¹ O informante chamou de pós-pandemia o período em que saímos do *lockdown* e houve uma certa abertura, que permitiu uma maior movimentação no final de 2020. Na verdade, mesmo no final de 2021 ainda não vencemos essa realidade.

REFERÊNCIAS

BREDA, Marcelo Henrique. Cerveja artesanal. In: VENTURINI FILHO, Waldemar G. (Org.) **Bebidas alcóolicas** – Ciência e Tecnologia. Vol. 1. 2 ed. São Paulo: Editora Blucher LTDA, 2016, p. 85-110.

DRAGONE, Giuliano; SILVA, Tassiana Amélia de Oliveira e; ALMEIDA e SILVA, João Batista de. Cerveja. In: VENTURINI FILHO, Waldemar G. (Org.) **Bebidas alcóolicas** – Ciência e Tecnologia. Vol. 1. 2 ed. São Paulo: Editora Blucher LTDA, 2016, p. 51-84.

FOLTRAN, Murilo (adaptado de palestra proferida em 03/06/14). Por que cervejas artesanais são mais caras. In: **Mestre-cervejeiro.com**. out./2014. Disponível em <https://mestre-cervejeiro.com/por-que-cervejas-artesanais-sao-mais-caras-impostos/>. Acesso em 10/12/21.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed, São Paulo: Atlas, 2002.

GIORGI, Victor de Vargas. “Cultos em cerveja”: discursos sobre a cerveja artesanal no Brasil. In: **Soc. e Cult.**, Goiânia, vol. 18, n. 1, p. 101-111, jan./jun. 2015.

HUGHES, GREG, 2014 – **Cerveja feita em casa**: Tudo sobre os ingredientes, os equipamentos e as técnicas para produzir a bebida em vários estilos. – 6º reimp. Da 1º ed. de 2014 – São Paulo: Publifolha.

JORNAL O POVO ONLINE, 2016 - **Primeira cervejaria artesanal do Ceará será inaugurada neste sábado, 24.** Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/economia/2016/09/primeira-cervejaria-artesanal-do-ceara-sera-inaugurada-neste-sabado-2.html> Acesso em: 17/06/2018

JORNAL O POVO ONLINE, 2017 – **Cervejaria artesanal Luzterr chega ao mercado em Fortaleza.** Disponível em: <https://www.opovo.com.br/vidaarte/2017/10/cervejaria-artesanal-luzterr-chega-ao-mercado-em-fortaleza.html> Acesso em: 17/06/2018

MARCUSSO, Eduardo Fernandes e MULLER, Carlos Vitor. **A cerveja no Brasil**: o ministério da agricultura informando e esclarecendo, 2017. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/publicacoes/a-cerveja-no-brasil-28-08.pdf>. Acesso em: 26 jul. 2021.

MEGA, Jéssica Francieli; NEVES, Etney e ANDRADE, Cristiano José de. A produção da cerveja no Brasil. In: **Revista Citino**, vol. 1, n. 1, out.-dez., 2011, p. 34-42.

MENEZES FILHO, João Gonçalves; SILVA, Minelle E.; CASTELO, José Sarto Freire. A constituição identitária do consumidor de cerveja artesanal na cidade de Fortaleza. **Brazilian Business Rreview** – BBR. Universidade de Fortaleza (UNIFOR), Fortaleza, vol. 17, 2020, p. 381-398. Disponível em <http://dx.doi.org/10.15728/bbr.2020.17.4.2>. Acesso em 05/12/21.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA PECUÁRIA E ABASTECIMENTO, 2018 – **ANUÁRIO DA CERVEJA NO BRASIL.** Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/a-cerveja-no-brasil> Acesso em: 17/06/2018

< <http://www.cervejariaturatti.com.br/> >
Acesso em: 18/12/2021

MORADO, Ronaldo, 2017- **Larousse da Cerveja** – São Paulo: Alaúde Editorial.

OLIVEIRA, Sérgio Domingos de; ROSA, Lélío Galdino; TOMAZIN, Mariana. Produção e consumo de cerveja artesanal como alternativa para hotéis fazenda. In: **Turismo e sociedade** (ISSN: 1983-5442), Curitiba, v. 12, n. 2, p. 110-129, maio-agosto de 2019.

PINTO, Luan Ícaro Freitas; ZAMBELLI, Rafael Audino; SANTOS JÚNIOR, Edilberto Cordeiro dos; PONTES, Dorasilvia Ferreira. Desenvolvimento de cerveja artesanal com acerola (*malpighia emarginata* DC) e abacaxi (*ananas comosus* L. merril). In: **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, Pombal, PB, vol. 10, nº 4, p. 67-71, out-dez, 2015. Disponível em <http://dx.doi.org/10.18378/rvads.v10i4.3416>. Acesso em 11/12/21.

RAMOS, G. C. B.; PANDOLFI, M. A. C. A evolução do mercado de cervejas artesanais no Brasil. **Revista Interface Tecnológica**, [S. l.], v. 16, n. 1, p. 480-488, 2019. Disponível em: <https://revista.fatectq.edu.br/index.php/interfacetecnologica/article/view/591>. Acesso em: 27 jul. 2021.

SANTOS, Maria Eduarda de Jesus; COSTA, Mariana de Lourdes Rodrigues da; SANTANA, Paulo Victor e POLICARPO, Renata Veloso Santos. Produção e caracterização da cerveja artesanal no Brasil e no estado de Minas Gerais. In: **Anais do IX Congresso Brasileiro de Engenharia de Produção**, Ponta Grossa, PR, 04 a 06 de dezembro de 2019. Disponível em: http://aprepro.org.br/conbrepro/2019/anais/arquivos/09302019_140936_5d92352c8adc0.pdf. Acesso em: 27 jul. 2021.

SANTOS, Sérgio de Paula. **Os primórdios da cerveja no Brasil**. 2 ed. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2004.

VALENTE, Bruna Lopes. Cerveja artesanal, um mercado em expansão no Brasil. **Administradores, o portal da administração**. 2017. Disponível em <https://administradores.com.br/artigos/cerveja-artesanal-um-mercado-em-expansao-no-brasil>. Acesso em 10/12/21.

APÊNDICE

ROTEIRO DE PERGUNTAS AO INFORMANTE

- 1 -Pode nos contar uma breve história da cervejaria?
- 2 – Quais tipos de cerveja são produzidos?
- 3 - Quais são as mais vendidas em ordem decrescente?
- 4 - Qual a motivação para a produção de cervejas artesanais?
- 5 -Acredita que a cerveja é um elemento cultural forte na cidade de Fortaleza?
- 6 - Qual a política governamental no trato com as cervejarias artesanais? Como se dá o controle da produção, como são os impostos? Há algum incentivo ou este é destinado às indústrias cervejeiras de grande porte?
- 7 - Qual a análise comparativa dos dados de consumo das cervejas produzidas antes e durante a pandemia, considerando principalmente a prática do consumo da cerveja artesanal em seu local de produção?
- 8 - O que as redes sociais agregaram aos serviços da cervejaria no período da pandemia?