

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA  
FACULDADE DE ARQUITETURA, URBANISMO E DESIGN  
MARCIA CRISTINA EUGÊNIO

**FÁBRICA-ESCOLA DE CERVEJA ARTESANAL: PRODUÇÃO E  
HARMONIZAÇÃO**

Uberlândia  
2017

**MARCIA CRISTINA EUGÊNIO**

**FÁBRICA-ESCOLA DE CERVEJA ARTESANAL: PRODUÇÃO E  
HARMONIZAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso,  
apresentado à FAUeD - Faculdade de  
Arquitetura, Urbanismo e Design da  
Universidade Federal de Uberlândia,  
como requisito parcial para a obtenção do  
título de Bacharel em Design.

Orientador: Prof. Dr. Juliano Pereira

Uberlândia  
2017

**Marcia Cristina Eugênio**

**FÁBRICA-ESCOLA DE CERVEJA ARTESANAL: PRODUÇÃO E  
HARMONIZAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso,  
apresentado à FAUeD - Faculdade de  
Arquitetura, Urbanismo e Design da  
Universidade Federal de Uberlândia,  
como requisito parcial para a obtenção do  
título de Bacharel em Design.

Orientador: Prof. Dr. Juliano Pereira

Aprovado(a) em: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_.

Banca Examinadora

---

Prof<sup>a</sup>. Me. Rafaela Nunes - Universidade Federal de Uberlândia

---

Prof. Dr. Glauco Coccozza - Universidade Federal de Uberlândia

---

Renata Cristina Teixeira – SENAI (Serviço Nacional da Indústria)  
(Professora Convidada)

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus por me permitir a realização do curso com determinação, sempre me encorajando diante de obstáculos, fazendo com que jamais desistisse.

A meu esposo Valdir e meus filhos Marcelle e Murilo, pelo apoio e incentivo na realização desse sonho, e por compreenderem nesses quatro anos a falta de minha dedicação e atenção devida a eles.

A meu professor orientador Juliano Pereira, que não somente me auxiliou durante a elaboração deste projeto, mas também me desafiou em vários momentos, mostrando que sou capaz.

Aos professores Glauco e Rafaela que participaram da minha banca contribuindo muito com suas observações para a finalização desse projeto.

À mestre cervejeira Renata Cristina Teixeira, professora do SENAI no curso de Fabricação de Cerveja Artesanal, a qual foi muito receptiva em me atender e convidar para participar do curso, aprofundando meus conhecimentos.

A todos(as) entrevistados(as) que dedicaram um pouco de seu tempo, me esclarecendo e fornecendo dados de suma importância para a realização do trabalho.

A todos os professores que de modo particular transmitiram-me tantos conhecimentos teórico-práticos e ético-profissionais.

Aos meus colegas da oitava turma de Design, que fizeram parte direta e indiretamente dessa conquista.

## RESUMO

No Brasil o mercado de venda da cerveja é muito disputado por grandes empresas cervejeiras, e geralmente o consumidor desse produto é pouco exigente; mas existe uma parcela dos apreciadores dessa bebida que por seu perfil cultural e de avançado poder aquisitivo, vem se interessando cada vez mais por uma cerveja mais elaborada e de maior qualidade, com aromas e sabores diversificados. Diante desse quadro que revela um nicho de mercado lucrativo, cresce ainda mais o número de cervejarias artesanais, inclusive aquelas que vendem sua cerveja no local associando a gastronomia. O perfil desse nicho de mercado sugere que, além de uma cervejaria artesanal com venda do produto no local, esses clientes seriam atraídos também, por um ambiente agradável e sofisticado e que lhes proporciona cursos na área, visando o aprendizado da fabricação de cerveja artesanal e harmonização gastronômica. De posse dessas informações, enxerga-se uma oportunidade de negócio rentável, justificando a relevância de montar um projeto que atenda esse consumidor. Considerando-se isso, propôs-se um projeto de design de interiores sofisticado e inovador, objetivando em geral criar um espaço para uma cervejaria artesanal, onde o cliente pode consumir cerveja de qualidade produzida no local, combinada a pratos variados, e ainda fazer os cursos de fabricação da cerveja artesanal e de harmonização gastronômica. O que configura uma fábrica-escola de cerveja artesanal. Para atingir o objetivo proposto foi feita pesquisa bibliográfica e estudo de campo com entrevistas em cervejarias e bares-restaurantes, junto a seus proprietários e funcionários; incluindo nessa pesquisa frequentar um curso de fabricação da cerveja artesanal, com entrevista junto à professora do curso; pesquisa sobre as estruturas e equipamentos necessários para a montagem da fábrica escola; também o estudo de uma edificação que atingisse os requisitos estruturais do projeto proposto, ao mesmo tempo que atrai a clientela; e por fim, a criação de um espaço voltado para o entretenimento, consumo da cerveja artesanal aliado à gastronomia, e realização dos cursos de produção da mesma, e de harmonização gastronômica. Através disso, concluiu-se que apesar de esse segmento desde algum tempo estar alcançando bastante sucesso no mercado, nesse caso mais especificamente em Uberlândia/MG, é um negócio onde ainda há muito que se explorar, principalmente percebendo que ainda não há um estabelecimento nessa cidade que desenvolve semelhante proposta, e com tamanha sofisticação no setor de design de interiores.

**Palavras-chave:** Cerveja Artesanal. Harmonização Gastronômica. Cervejaria. Fábrica-escola.

## LISTA DE TABELAS E QUADROS

|                                                                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabela 01</b> – Entrevistados .....                                                                                 | 15 |
| <b>Quadro 01</b> – Tipos de cervejaria conforme a produção e comercialização .....                                     | 20 |
| <b>Quadro 02</b> – Equipamentos e suas características .....                                                           | 21 |
| <b>Quadro 03</b> – Os três parâmetros da harmonização .....                                                            | 25 |
| <b>Quadro 04</b> – Famílias e estilos de cerveja .....                                                                 | 26 |
| <b>Quadro 05</b> – Informações coletadas nas entrevistas .....                                                         | 28 |
| <b>Quadro 06</b> – Informações coletadas nas entrevistas com gerentes e proprietários<br>de bares e restaurantes ..... | 30 |

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Figura 01</b> – História da cerveja .....                                   | 16 |
| <b>Figura 02</b> – Evolução da cerveja a. C .....                              | 17 |
| <b>Figura 03</b> – Evolução da cerveja d. C .....                              | 18 |
| <b>Figura 04</b> – Primeiro anúncio publicitário sobre a cerveja .....         | 19 |
| <b>Figura 05</b> – Principais etapas do processo de produção da cerveja .....  | 23 |
| <b>Figura 06</b> – Harmonização .....                                          | 24 |
| <b>Foto 01</b> – Fábrica UBERBRAU .....                                        | 29 |
| <b>Foto 02</b> – Fábrica UBERBRAU .....                                        | 29 |
| <b>Foto 03</b> – WALFANGER .....                                               | 29 |
| <b>Foto 04</b> – WALFANGER .....                                               | 29 |
| <b>Foto 05</b> – WALFANGER .....                                               | 29 |
| <b>Foto 06</b> – BENEDITH .....                                                | 29 |
| <b>Foto 07</b> – BENEDITH .....                                                | 29 |
| <b>Foto 08</b> – BENEDITH .....                                                | 29 |
| <b>Foto 09</b> – Curso de fabricação de cerveja artesanal – SENAI .....        | 30 |
| <b>Foto 10</b> – Curso de fabricação de cerveja artesanal – SENAI .....        | 30 |
| <b>Foto 11</b> – Curso de fabricação de cerveja artesanal – SENAI .....        | 30 |
| <b>Foto 12</b> – Entrevista com Renata Cristina Teixeira – SENAI .....         | 30 |
| <b>Foto 13</b> – Entrevista com Renata Cristina Teixeira – SENAI .....         | 30 |
| <b>Foto 14</b> – Bar UBERBRAU .....                                            | 32 |
| <b>Foto 15</b> – Bar UBERBRAU .....                                            | 32 |
| <b>Foto 16</b> – Bar UBERBRAU .....                                            | 32 |
| <b>Foto 17</b> – Bar SKINÃO .....                                              | 32 |
| <b>Foto 18</b> – Bar SKINÃO .....                                              | 32 |
| <b>Foto 19</b> – Bar SKINÃO .....                                              | 32 |
| <b>Foto 20</b> – Restaurante PRATOS & FATOS .....                              | 32 |
| <b>Foto 21</b> – Restaurante PRATOS & FATOS .....                              | 32 |
| <b>Foto 22</b> – Restaurante PRATOS & FATOS .....                              | 32 |
| <b>Foto 23</b> – Restaurante 3 MARIAS .....                                    | 33 |
| <b>Foto 24</b> – Restaurante 3 MARIAS .....                                    | 33 |
| <b>Foto 25</b> – Restaurante 3 MARIAS .....                                    | 33 |
| <b>Figura 07</b> – Vista aérea da edificação escolhida e sua localização ..... | 34 |

|                                                                                                                          |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Foto 26 e 27 – Fachadas da residência a partir das ruas XV de novembro e Felisberto Carrijo respectivamente .....</b> | <b>35</b> |
| <b>Foto 28 – Área interna da casa .....</b>                                                                              | <b>35</b> |
| <b>Foto 29 - Área interna da casa .....</b>                                                                              | <b>35</b> |
| <b>Foto 30 - Área interna da casa .....</b>                                                                              | <b>35</b> |
| <b>Foto 31 – Área externa da casa .....</b>                                                                              | <b>35</b> |
| <b>Foto 32 – Área externa da casa .....</b>                                                                              | <b>35</b> |
| <b>Foto 33 – Área externa da casa .....</b>                                                                              | <b>35</b> |
| <b>Figura 08 – Planta original sem escala .....</b>                                                                      | <b>36</b> |
| <b>Foto 34 – Despensa .....</b>                                                                                          | <b>36</b> |
| <b>Figura 09 – Planta construir e demolir sem escala .....</b>                                                           | <b>38</b> |
| <b>Figura 10 – Planta setorização sem escala .....</b>                                                                   | <b>39</b> |
| <b>Figura 11 – Planta layout .....</b>                                                                                   | <b>40</b> |
| <b>Figura 12 – Planta Técnica .....</b>                                                                                  | <b>40</b> |
| <b>Figura 13 – Planta paginação de piso .....</b>                                                                        | <b>41</b> |
| <b>Figura 14 – Planta luminotécnica .....</b>                                                                            | <b>41</b> |
| <b>Figura 15 – Perspectivas .....</b>                                                                                    | <b>42</b> |
| <b>Figura 16 – Perspectivas .....</b>                                                                                    | <b>42</b> |
| <b>Figura 17 – Perspectivas .....</b>                                                                                    | <b>43</b> |

## SUMÁRIO

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| 1 INTRODUÇÃO .....                                      | 09 |
| 2 OBJETIVOS .....                                       | 12 |
| 2.1 Objetivo Geral .....                                | 12 |
| 2.2 Objetivos Específicos .....                         | 12 |
| 3 JUSTIFICATIVA .....                                   | 13 |
| 4 METODOLOGIA .....                                     | 14 |
| 5 DESENVOLVIMENTO .....                                 | 16 |
| 5.1 História da Cerveja .....                           | 16 |
| 5.2 História da Cerveja no Brasil .....                 | 18 |
| 5.3 A Cerveja Artesanal no Brasil .....                 | 19 |
| 5.4 Produção de Cerveja Artesanal .....                 | 21 |
| 5.4.1 Equipamentos .....                                | 21 |
| 5.4.2 Processo Produtivo .....                          | 22 |
| 5.5 Cerveja e Harmonização .....                        | 23 |
| 6 ESTUDOS DE CAMPO .....                                | 27 |
| 7 CURSO SOBRE TÉCNICAS CERVEJEIRAS E HARMONIZAÇÃO ..... | 33 |
| 8 RESIDÊNCIA ESCOLHIDA PARA O PROJETO .....             | 33 |
| 9 O PROJETO .....                                       | 37 |
| 10 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....                           | 44 |
| REFERÊNCIAS .....                                       | 45 |
| ANEXOS                                                  |    |

## 1 INTRODUÇÃO

Acompanhando uma tendência internacional já ampliada no exterior, no Brasil o mercado de cerveja artesanal vem crescendo nos últimos tempos, devido à qualidade cada vez maior e diferenciada dessa bebida, e ao crescente interesse no produto vindo de clientes com paladar exigente e maior poder aquisitivo. “Este fenômeno de expansão da cerveja artesanal no Brasil que vem ocorrendo desde a década passada é similar ao ocorrido nos Estados Unidos na década de 80.” (CARVALHO, 2015, p. 10). Corroborando com isso Matos (2011, p. vii) expõe que,

O Brasil tem o mercado de cervejas altamente disputado, devido ao potencial de consumo da bebida entre os brasileiros. Porém, ao mesmo tempo em que as maiores empresas cervejeiras do mundo estão inseridas nesse mercado, produzindo basicamente cervejas altamente populares como a Pilsen, têm surgido muitas novas pequenas empresas oferecendo cervejas diferenciadas – conhecidas como microcervejarias, ou cervejarias artesanais. Enquanto as grandes empresas crescem 7% ao ano, as microcervejarias alcançam crescimento anual de 14%. Em 2006, existiam 60 microcervejarias no Brasil, e hoje, existem mais de 180. O grande diferencial de uma microcervejaria de sucesso, hoje, pode-se dizer que é um produto de alta qualidade sensorial [...]. (MATOS, 2011, p. vii)

Percebe-se que é um mercado em crescimento tanto para grandes empresas como para as cervejarias artesanais, sendo que as primeiras têm foco em um mercado menos exigente, em oposição àquelas que fabricam a cerveja artesanalmente, cujo público alvo é o cliente que se importa mais com qualidades bem específicas, sem se importar tanto com o preço do produto, como confirmam os seguintes autores ao exporem que: “Esta tendência de consumo tem sido caracterizada [...] por consumidores com alto nível de escolaridade e elevada renda. As preferências estão ligadas à descoberta de novos sabores representados pela diversidade de tipos de cerveja artesanal” (CARVALHO, 2015, p. xv); e que “esse setor vem se consolidando, e tem uma fatia de mercado protegida, [...] um tipo de consumidor diferente, que se importa com características sensoriais específicas da cerveja: cor, sabor, aromas, teor alcoólico, amargor, sabor residual, etc.” (MATOS, 2011, p. 13)

Além disso, em geral esses clientes aproveitam a oportunidade de saborear a cerveja junto de pratos que se harmonizam a essa bebida, trazendo mais prazer. Em sua tese de doutorado sobre cerveja artesanal, Carvalho (2015) relata que entre os

principais elementos que os apreciadores de cerveja artesanal associam à bebida, está a gastronomia; onde priorizam através da harmonização gastronômica<sup>1</sup> uma forma diferenciada de apreciação da cerveja, na qual se ingeri pouca quantidade do líquido para melhor percepção de seu aroma e sabor.

Segundo Carvalho (2015), Gerlach (2016) e SEBRAE (2016) a tendência do mercado brasileiro no aumento do interesse pelas cervejas artesanais é maior nas regiões sul e sudeste. Levando em consideração que Uberlândia/MG está situada em região de maior aceitação do produto; e que as cervejarias artesanais vão de encontro a essa demanda crescente no mercado nacional, oferecendo ao brasileiro um produto diferenciado em um contexto onde a cerveja já é muito consumida, manifesta-se a oportunidade de explorar um bom negócio e montar um projeto inovador.

Uma vez que existe entre os consumidores de cerveja aqueles que possuem alto nível de escolaridade, e conseqüentemente interesse em cultura e entretenimento; e também mais dinheiro para pagar por um produto produzido artesanalmente com matéria prima de qualidade; entende-se que montar um projeto de design de interiores sofisticado e inovador, em uma edificação localizada em bairro onde reside esse tipo de cliente; oferecendo a esse consumidor cerveja artesanal de qualidade, harmonização gastronômica, entretenimento, e além de tudo no mesmo local, cursos que lhe tragam o conhecimento da fabricação de cerveja artesanal e harmonização gastronômica; é explorar um nicho de mercado vantajoso.

O projeto em questão seria uma cervejaria artesanal com local próprio (bar/restaurante) para servir a cerveja ali fabricada; onde também os clientes interessados poderiam, além de usufruir a cerveja no local desfrutando da harmonização gastronômica<sup>2</sup>, fazer cursos de fabricação da cerveja e de harmonização gastronômica.

Assim, escolheu-se para tal projeto uma residência situada em Uberlândia/MG no bairro Fundinho, onde estão presentes patrimônios históricos da cidade e onde já se instalaram bares e restaurantes com diversificada cultura

---

<sup>1</sup> Para efeito deste trabalho será considerado o conceito de harmonização gastronômica de Pereira (2014) que revela ser essa a compatibilidade ou combinação entre a bebida e o alimento, de forma que agrade a maioria das pessoas que experimentam. (A autora)

<sup>2</sup> Esse tipo de estabelecimento é chamado Brewpub, termo que será explicado em tópico posterior. (A autora)

gastronômica. Sendo que a residência escolhida faz parte da história do local<sup>3</sup>. Tudo isso favorecendo ainda mais o sucesso do projeto.

---

<sup>3</sup> O endereço e detalhes sobre a residência escolhida serão detalhados em outro tópico do trabalho.  
(A autora)

## 2 OBJETIVOS

### 2.1 Objetivo Geral

Implantar um projeto inovador de Design de Interiores, no ramo de cervejaria artesanal na cidade de Uberlândia/MG, que ofereça aos apreciadores de cerveja um local voltado para o lazer, a cultura e o entretenimento; e que ao mesmo tempo, promova o conhecimento pertinente às técnicas de produção da cerveja e harmonização gastronômica no mesmo espaço, atendendo o mercado que está em crescente expansão no Brasil.

### 2.2 Objetivos Específicos

- Criar um espaço voltado para o entretenimento e a divulgação da cultura cervejeira, através de produção e consumo local da cerveja artesanal aliado à gastronomia, e a realização dos cursos de produção da mesma, e de harmonização gastronômica;
- Escolher e estudar uma edificação que atenda às necessidades do projeto proposto;
- Realizar pesquisa bibliográfica e estudo de campo com entrevistas, buscando compreender mais sobre o universo da fabricação de cerveja e harmonização gastronômica
- Pesquisar sobre os espaços e equipamentos necessários para a instalação da fábrica-escola;

### 3 JUSTIFICATIVA

A cerveja artesanal no Brasil tornou-se um produto atrativo e muito apreciado por um público diferenciado, que busca não somente consumir uma bebida com mais qualidade e variedade, mas também conhecer e entender todo o processo de fabricação, com uma gama de ingredientes, aromas e sabores que definem cada tipo e estilo da bebida. Com isso o mercado vem se expandindo e abrindo espaço para investidores e apreciadores do ramo. (GERLACH, 2016)

Diante dessa inovadora oportunidade de negócio, foi pensado o desenvolvimento de um projeto de design de interiores, voltado para a produção e consumo local da cerveja, para a realização de cursos pertinentes à cultura cervejeira e harmonização gastronômica, além de exposição dos variados modos e materiais utilizados no preparo dos pratos.

O projeto propõe a criação de um espaço sofisticado em uma residência antiga, situada em Uberlândia/MG no bairro fundinho, conhecido por suas edificações antigas e históricas, seguindo uma intervenção onde ao mesmo tempo que respeita a história do edifício, cumpra com as exigências de iluminação, conforto e praticidade da fábrica-escola.

Uma vez que os aspectos culturais são intimamente ligados ao prazer fisiológico, psicológico, social e à memória dos apreciadores (TONETO; COSTA, 2011), pretende-se que o desenvolvimento desse espaço atenda o público despertando a emoção não só através do entretenimento, mas também do conhecimento e da arte de fabricar cerveja.

## 4 METODOLOGIA

Com a finalidade de atingir os objetivos propostos, foram seguidas algumas diretrizes que levaram ao embasamento teórico sobre o tema, à compreensão do processo de fabricação da cerveja artesanal, e o funcionamento estratégico de um bar/restaurante. Para tal foi realizada a pesquisa bibliográfica, a qual Gil (2002, p. 44) revela tratar-se de uma pesquisa “[...] desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos [...] tendo como principal vantagem o fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama ampla de fenômenos [...]”.

Além disso, foi feito o estudo de campo sobre o qual Gil (2002, p. 53) explica:

Tipicamente, o estudo de campo focaliza uma comunidade, que não é necessariamente geográfica, já que pode ser uma comunidade de trabalho, de estudo, de lazer ou voltada para qualquer outra atividade humana. Basicamente, a pesquisa é desenvolvida por meio da observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar suas explicações e interpretações do que ocorre no grupo. Esses procedimentos são conjugados com muitos outros tais como a análise de documentos, filmagem e fotografias. [...], o pesquisador realiza a maior parte do trabalho pessoalmente, [...] permanece o maior tempo possível na comunidade, pois somente com essa imersão na realidade é que podem entender as regras, os costumes e as convenções que regem o grupo estudado. (GIL, 2002, p.53)

No processo de pesquisa utilizou-se a análise qualitativa, sobre a qual esse mesmo autor detalha:

[...] estudos de campo possibilitam a análise sobretudo quando se valem de questionários, entrevistas ou formulários para a coleta de dados [...] tendem a utilizar variadas técnicas de coleta de dados. Daí por que, nesse tipo de pesquisa, os procedimentos de análise costumam ser predominantemente qualitativos. A análise qualitativa é menos formal do que a análise quantitativa, pois nesta última seus passos podem ser definidos de maneira relativamente simples. A análise qualitativa depende de muitos fatores, tais como a natureza dos dados coletados, a extensão da amostra, os instrumentos de pesquisa e os pressupostos teóricos que nortearam a investigação. (GIL, 2002, p. 133)

Seguindo essa orientação, para a coleta de dados foram feitas entrevistas compostas de perguntas abertas pré-estabelecidas ou não, as quais permitiram ao entrevistado a liberdade de resposta, e ao entrevistador a compreensão satisfatória ao longo da pesquisa. Tais entrevistas foram realizadas em diferentes locais e datas,

junto a empresários especialistas do segmento cervejeiro, donos e funcionários de bares e restaurantes, (conforme Tabela 01); visando a coleta de informações que contribuíssem para a concepção do projeto da fábrica-escola, em conjunto com o bar/restaurante.

**Tabela 01 – Entrevistados**

| Entrevistado                   | Local              | Data       | Estabelecimento            |
|--------------------------------|--------------------|------------|----------------------------|
| Rafael - Sócio                 | Uberlândia/MG      | 12/04/2016 | Uberbrau Fábrica           |
| Camila - Funcionária           | Bonfim Paulista/SP | 23/04/2016 | Walfanger                  |
| Fernando - Gerente             | Uberlândia/MG      | 17/06/2016 | Uberbrau Bar               |
| Roni e Janaína - Proprietários | Uberlândia/MG      | 29/04/2017 | Benedith                   |
| Renata – Professora            | Uberlândia/MG      | 05/05/2017 | SENAI                      |
| Funcionários                   | Uberlândia/MG      | 12/05/2017 | Bar Skinão                 |
| Betão - Proprietário           | Uberlândia/MG      | 18/05/2017 | Bar do Betão               |
| Maria Cristina - Proprietária  | Uberlândia/MG      | 20/05/2017 | Restaurante 3 Marias       |
| Adriana Karimi - Proprietária  | Uberlândia/MG      | 10/05/2017 | Restaurante Pratos & Fatos |

**Fonte:** A autora

A metodologia aplicada foi de suma importância para responder de modo satisfatório as questões norteadoras, que levaram a obtenção dos resultados apresentados na pesquisa.

## 5 DESENVOLVIMENTO

### 5.1 História da Cerveja



**Figura 01:** História da cerveja

Fonte: <http://www.cervesia.com.br/historia-da-cerveja.html>

Visualizando a figura 01 acima, é possível interpretar que em tempos antigos as pessoas já saboreavam a cerveja ao mesmo tempo que se alimentavam. Mas, estudiosos do assunto ainda não conseguem precisar como e quando aconteceu a descoberta da cerveja, porém é considerada uma das bebidas alcóolicas mais antigas no mundo. Acredita-se que essa descoberta foi acidental, quando uma espécie de mingau foi formada após a fermentação natural de grãos de cevada esquecidos ao tempo, expostos a chuva e a umidade. Esse mingau formado foi provado por alguém que saboreou, gostou e espalhou a descoberta; sendo que desde então ela vem sendo produzida. (STANDAGE; SANTOS apud BEER LIFE, 1999)

O Império Romano propagou definitivamente a cerveja, alcançando várias regiões da Europa; e foi na Idade Média que a cerveja teve grande estímulo nos mosteiros, pois os monges aperfeiçoavam as técnicas de fabricação, buscando melhor nutrição e paladar mais agradável, visto que a bebida supria as necessidades dos mesmos em dias de jejum. Os monges se importavam muito com a utilização do lúpulo, uma vez que este tornava o produto mais fresco por seu amargor natural. Fato esse, considerado de suma importância para o aprimoramento e conservação da cerveja. (STANDAGE; SANTOS apud BEER LIFE, 1999)

Segundo Morado (2009 apud GERLACH, 2016, p. 16),

Há registros da presença da cerveja, como alimento na vida humana, desde 8.000 a.C., entre os sumerianos, assírios, babilônicos e egípcios, além de outros povos do início da história das civilizações, inclusive índios brasileiros, em uma história um pouco mais recente, através de uma cerveja

produzida a base de mandioca, de forma que essa bebida era uma das bases de sua alimentação.

No decorrer da história da cerveja são vários os fatos que mostram sua apreciação e evolução desde 7000 a.C, e que a levaram a ser uma bebida muito conhecida nos dias atuais. As figuras 02 e 03 mostram um cronograma resumido da evolução da cerveja a.C e d.C respectivamente:

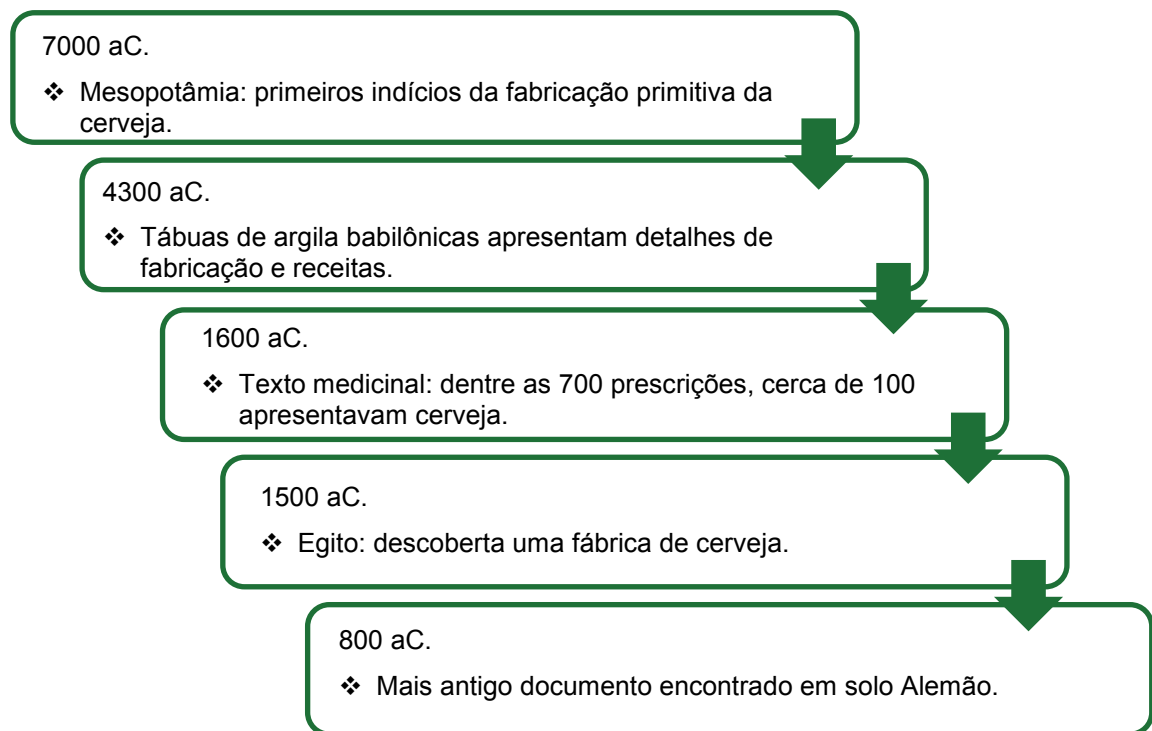


**Figura 2:** Evolução da cerveja a.C.  
Fonte: Teixeira (2017, p. 09)

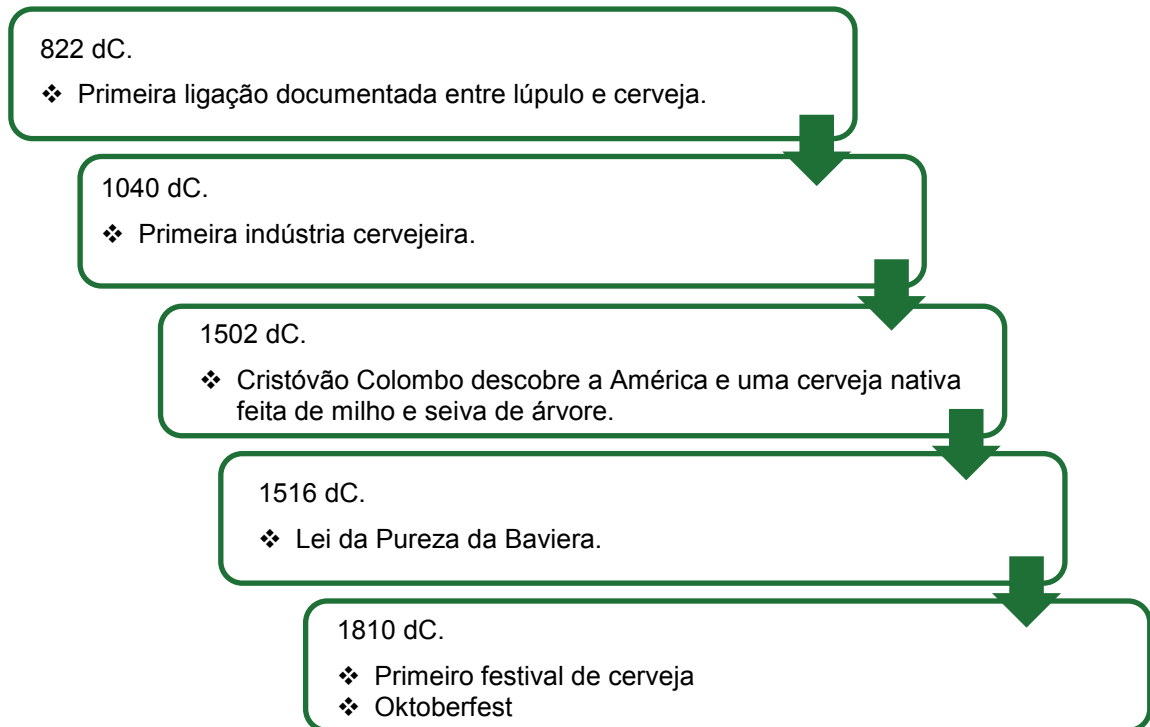


**Figura 3:** Evolução da cerveja d.C.  
Fonte: Teixeira (2017, p. 09)

## 5.2 A História da Cerveja no Brasil

No Brasil a cerveja é uma bebida muito popular, e relata-se que chegou ao país através de imigrantes, “[...] acredita-se que a cerveja chegou ao Brasil por volta do século XVII, com a colonização holandesa, pela Companhia das Índias Ocidentais.” (SAWAYA et al., 2017, p. 24). Houve um período a partir da saída dos holandeses do país no ano de 1654, em que a cerveja deixou o Brasil por 150 anos, retornando após esse período importada pela Inglaterra, com a vinda da família real portuguesa para o país (SANTOS apud SAWAYA et al., 2017).

Em 1836, foi publicado no “Jornal do Comercio do Rio de Janeiro” o primeiro anúncio publicitário brasileiro da bebida. O anúncio dizia: “Na Rua Matacavalos, número 90, e Rua Direita número 86, da “Cervejaria Brasileira”, vende-se cerveja, bebida acolhida favoravelmente e muito procurada. *Essa saudável bebida reúne a barateza a um sabor agradável e à propriedade de conservar-se por muito tempo*”. (OPA BIER, 2015)

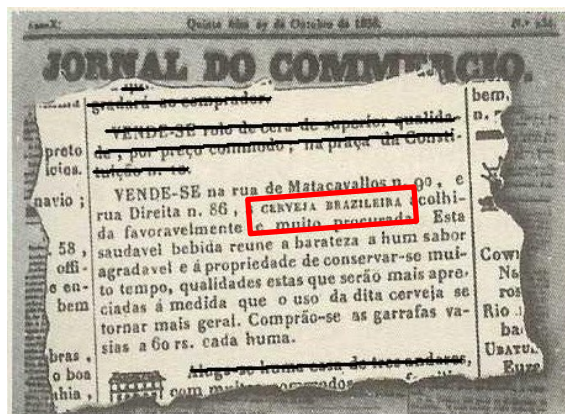


**Figura 4:** Primeiro anúncio publicitário brasileiro sobre a cerveja  
Fonte: OPA BIER (2015)

Sobre o surgimento da indústria cervejeira no Brasil Santos (apud SAWAYA et al., 2017, p. 24) expõe que:

“[...] as primeiras cervejas industrializadas surgiram na segunda metade do século XIX. Foi também nessa época que foram criadas as duas empresas que dominariam por décadas o mercado nacional, a Companhia Cervejaria Brahma, no Rio, e a Companhia Antártica Paulista. Em 1999, elas se uniram criando a AMBEV, que se tornou, à época, a terceira maior indústria cervejeira do mundo. (SANTOS apud SAWAYA et al., 2017, p. 24)

De acordo com Teixeira (2017, p. 09) atualmente o “Brasil está na lista dos cinco maiores produtores e dez maiores consumidores, mas ainda há diferenças entre o padrão de consumo”, conforme esquema abaixo:

CLASSE C —————> CERVEJAS PADRONIZADAS (grandes cervejarias)  
CLASSE A E B —————> CERVEJAS DIFERENCIADAS (artesanal)

### 5.3 A cerveja Artesanal no Brasil

Atualmente o mercado brasileiro de cervejas artesanais cresce rapidamente, devido a uma significativa demanda por parte de quem busca um produto de qualidade, com diferentes teores alcoólicos, uma variedade de aromas e sabores, além de diversos níveis de amargor. (SAWAYA, 2017)

No Brasil em geral, o público que procura pelas cervejas especiais está dentro da faixa etária de 26 a 35 anos, tem grau de instrução avançado e renda alta,

importa-se com a boa localidade e ponto de venda, e influencia-se pelo preço (OLIVEIRA, 2008). Considerando o crescimento do mercado e o perfil do consumidor, percebe-se que o comércio da cerveja artesanal é lucrativo.

Nesse contexto, surgem os pequenos produtores (cervejeiros caseiros), contribuindo com o fortalecimento dessa cultura no Brasil, ampliando o portfólio e lançando uma gama de bebidas desconhecidas pelo brasileiro. Alguns desses cervejeiros formalizam a atividade, tornando-se empreendedores, apesar da carência de informações do setor, enfrentando uma alta carga tributária no país. (SOUZA; BUENO; DOMINGUES, 2016). O quadro 01 abaixo mostra a classificação das cervejarias existentes:

**Quadro 01 – Tipos de cervejaria conforme a produção e comercialização**

| Tipos de cervejaria                         | Descrição                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Brewpub (Cervejaria para gastronomia)       | Produção voltada para o atendimento de um determinado restaurante ou estabelecimento gastronômico. Normalmente se encontra como uma extensão do estabelecimento. |
| Microcervejaria                             | Produção de cervejas para venda além do local de produção. Produz até 200.000L por mês de cerveja.                                                               |
| Cervejaria Regional                         | Produção de cervejas para além do local de produção, porém com menor produção, atendendo apenas a demanda do local.                                              |
| Cervejaria por contrato "Cervejaria Cigana" | A empresa cria a receita para a cerveja, mas designa sua produção para cervejarias de terceiros.                                                                 |

**Fonte:** Souza, Bueno e Domingues (2016, p. 03)

Portanto, o tipo de cervejaria a ser implantado no projeto chama-se Brewpub, ou seja, uma cervejaria em que o espaço onde se produz a cerveja é também o local de consumo da mesma, porque aliado a ele tem um bar/restaurante. Marcio Beck (2015) explica que,

Os brewpubs são bares/restaurantes que produzem a própria cerveja, e a servem majoritariamente em suas instalações. Importante diferenciar, aqui, o brewpub da cervejaria que, eventualmente, abre um "tasting room" ou um "bar da fábrica". O brewpub não é um acessório da cervejaria, ele é a cervejaria, tanto que muitos trabalham apenas com cerveja em barris, sem se preocupar em engarrafar as criações.

## 5.4 Produção da cerveja artesanal

### 5.4.1 Equipamentos

Os equipamentos a serem utilizados na fabricação da cerveja dependem do método de produção escolhido. O método mais usado na indústria e também por cervejeiros é o método *all grain*, já que oferece controle e flexibilidade de ingredientes. (TEIXEIRA, 2017, p. 14)

Com base nos estudos feitos, em relação às etapas do processo de produção da cerveja pelo método *all grain*, verificou-se a necessidade dos equipamentos listados no quadro 02 abaixo:

**Quadro 02 – Equipamentos e suas características**

| Equipamentos                                                                        | Características                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | Moinho de Malte: para moagem do malte e adjuntos.                                                                                                                                         |
|  | Tina de clarificação: a mostura é filtrada na tina de clarificação separando o bagaço do mosto (líquido açucarado)                                                                        |
|  | Cozinhador de mosto/Whirlpool: o lúpulo é adicionado ao mosto e fervido no cozinhador de mosto, sendo bombeado para o Whirlpool, eliminando os trub, ou seja, as partículas indesejáveis. |
|  | Resfriador de mosto: por meio do resfriador de mosto, o mesmo recebe a levedura cervejeira e segue para o tanque de fermentação/maturação.                                                |

(Continuação)

| Equipamentos                                                                      | Características                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | Tanque de fermentação/maturação: nesse tanque o mosto é fermentado/maturado adquirindo as características de cerveja.                                                             |
|  | Tanque de cerveja filtrada: a cerveja filtrada é armazenada nesse tanque, estando pronta para o consumo diretamente por chopeira ou para ser envasada em barris, ou engarrafadas. |

**Fonte:** A autora

#### 5.4.2 Processo produtivo

Segundo Rosa et al. (2006 apud SOUZA; BUENO; DOMINGUES, 2016, p. 04),

[...] basicamente, a cerveja é produzida por meio do uso de quatro ingredientes: malte de cevada, lúpulo, levedura e água, que passam por diversas etapas de processos. Estes ingredientes são responsáveis por influenciar a qualidade da cerveja produzida. Isto é fundamental para a produção de cervejas especiais, principalmente no setor de microcervejarias.

Até chegar ao barril para ser consumida, a cerveja passa por várias etapas, sendo elas: malteação, brassagem, lavagem, fervura, fermentação, maturação e envase (TEIXEIRA, 2017). Na página seguinte (figura 05) encontra-se um esquema que mostra as principais etapas de produção da cerveja.

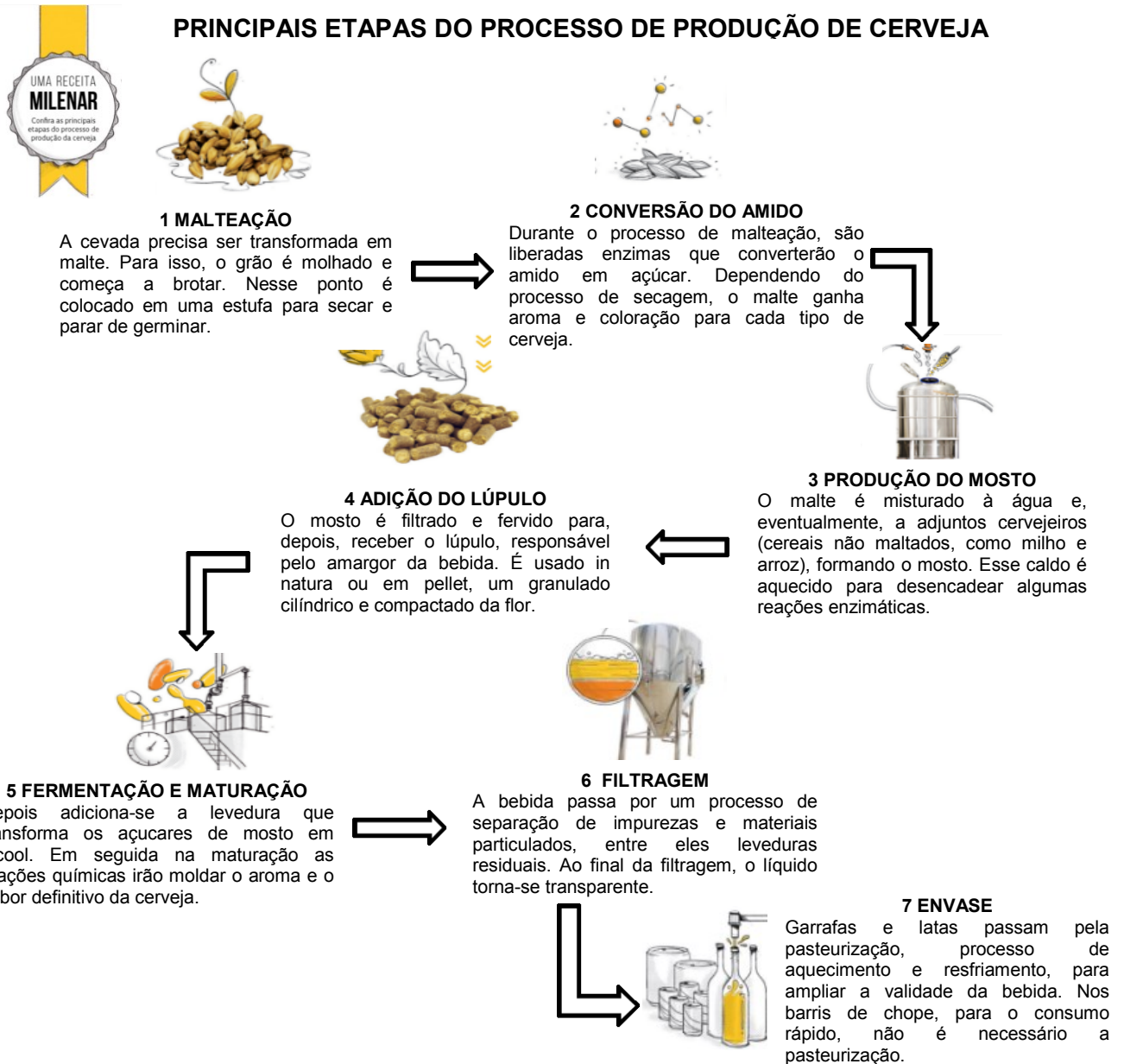


**Figura 05:** Principais etapas do processo de produção da cerveja  
Fonte: Sawaya (2017, p. 01)

### 5.5 Cerveja e Harmonização

Saber como combinar os diversos tipos de cerveja com variados pratos faz diferença, trata-se de harmonizar a bebida com a refeição. A figura 06 é a capa de um livro que fala sobre o assunto, explorando possibilidades de harmonização.

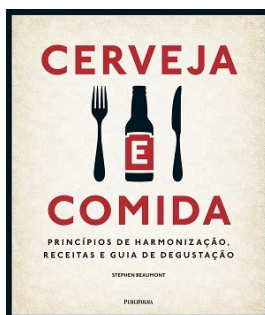


**Figura 06:** Harmonização  
Fonte: Livraria da Folha (2017)

Sobre a cultura gastronômica Comer (2013, p. 02) explica:

A cultura gastronômica oferece informações importantíssimas sobre um grupo étnico, do qual a comida não é apenas o alimento, mas revela um modo e um estilo. Da mesma forma, o modo de comer define não só aquilo que se come, mas também a pessoa que o ingere, ou seja, revela sua origem, seus hábitos e costumes. (COMER, 2013, p. 02)

Com relação à forma como a culinária brasileira foi formada Casa do Saber (2014) revela:

A culinária brasileira resulta de uma grande mistura de tradições, ingredientes e alimentos que foram introduzidos não só pela população nativa indígena como por todas as correntes de imigração que ocorreram no período, notadamente os negros e os brancos. Graças às diferenças de clima, relevo, tipo de solo, vegetação e povos habitando uma mesma região, o Brasil apresenta uma complexa e rica culinária nacional. (CASA DO SABER, 2014)

Dessa forma, a culinária brasileira que possui uma diversidade de combinações, oportuniza uma harmonização gastronômica com as cervejas artesanais também muito diversificada, oferecendo aos consumidores maior variedade.

As cervejas artesanais por possuírem sabores mais sofisticados e variados, também possuem muitas oportunidades de serem harmonizadas à gastronomia. As cervejas mais elaboradas passaram a ser vistas como uma boa opção de acompanhamento para pratos em restaurantes assim como para receitas culinárias, proporcionando aos consumidores experiências gastronômicas de fato, tornando uma bebida sofisticada e saborosa para ser consumida com uma refeição especial. (SOUZA; LANG, 2014, p. 26)

Bueno (2014) ao falar sobre uma entrevista com um mestre cervejeiro importante, ressalta ainda mais a variedade de sabores da cerveja e a possibilidade de combinações com variados pratos.

Em entrevista recente à Gazeta do Povo, o “papa” da harmonização, o mestre cervejeiro norte-americano Garrett Oliver, apontou que a cerveja tem um leque de sabores mais amplo que o do vinho, o que permite mais possibilidades de experimentação e sensações com a comida. E faz sentido. São cinco escolas (forma de pensar a produção) de cervejas: alemã, tcheca, inglesa, americana e belga. E uma variedade grande de estilos (como India Pale, Stout ou American Pale Lager) – só no livro Larousse da Cerveja, de Ronaldo Morado, são listados 81. Sem contar os sub-estilos e a inventividade dos mestres cervejeiros. (BUENO, 2014)

Ainda sobre a Harmonização Destino Cervejeiro detalha:

A harmonização de alimentos e cerveja é uma busca por um prazer sensorial onde as características de ambos são exaltadas e/ou reveladas. A busca por uma harmonização perfeita visa à conservação das características dos alimentos e das cervejas para que eles não percam seus aspectos predominantes ou para que estes não sejam sobrepostos e mascarados quando feita tal combinação. É uma experiência sensorial, única e pessoal, mas que segue certos padrões e sugestões, já que existe uma base comum para cada sabor e aroma. (DESTINO CERVEJEIRO)

Existem três parâmetros (quadro 03) para a harmonização de alimentos e cervejas, sendo que eles partem de um princípio de combinações e características, de forma que nenhuma delas fique de fora. (DESTINO CERVEJEIRO)

### **Quadro 03 – Os três parâmetros da harmonização**

| Os três Parâmetros da harmonização de alimentos e cervejas |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Harmonização por semelhança                                | Baseada na combinação entre os sabores das cervejas e dos pratos com elementos comuns de acidez, doçura, aromas tostados, aromas frutados ou herbais.                                                                                                                                                                            |
| Harmonização por contraste                                 | Baseada na combinação entre cervejas e pratos que tenham elementos que contrastem entre si como, por exemplo, acidez e doçura, picância e refrescância, amargor e doçura, robustez e leveza, de forma que o sabor final combinado esteja em equilíbrio, sem que a cerveja ou o alimento se sobressaia.                           |
| Harmonização por corte                                     | Se dá quando, por exemplo, os elementos da cerveja quebram algumas das propriedades do alimento harmonizado. Isso é facilmente detectado, por exemplo, quando a alta carbonatação da cerveja “limpa” da boca a gordura residual de um queijo ou a picância de um prato apimentado, preparando o paladar para uma nova investida. |

Fonte: Destino Cervejeiro

O quadro 04 a seguir descreve as características das cervejas, diferenciadas por sua família e seu estilo, evidenciando ainda mais essa variedade:

**Quadro 04:** Famílias e estilos de cerveja

| Famílias                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Estilos                     | Características                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p><b>LARGER</b> conhecidas também como cervejas de baixa fermentação, as cervejas do tipo lager são fermentadas em temperaturas que variam, geralmente, dos 5°C aos 16°C. Sua fase mais importante ocorre em aproximadamente seis dias e o resultado final produz cervejas com sabores e aromas menos complexos.</p>             | <b>Pilsener ou Pilsen</b>   | <p>Cor na taça: varia entre palha e amarela.<br/> Olfato: Aromas muito suaves que lembram malte de cevada / cereais.<br/> Paladar: reproduz a percepção do olfato e apresenta amargor médio a intenso.<br/> Variação de teor alcoólico: 4,6% a 5,3%.<br/> Sugestão de harmonização do editor: saladas e pratos leves em geral.</p>                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Helles</b>               | <p>Cor na taça: varia entre amarela e dourada<br/> Olfato: Aromas muito suaves que lembram malte de cevada, pão e cereais.<br/> Paladar: reproduz a percepção do olfato e apresenta amargor suave.<br/> Variação de teor alcoólico: 4,8% a 5,6%.<br/> Sugestão de harmonização do editor: comida japonesa e pratos leves em geral.</p>                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Dunkel</b>               | <p>Cor na taça: varia entre marrom clara a marrom.<br/> Olfato: Aromas suaves a médio de malte com característica que podem lembrar chocolate, malte de cevada tostado, pão ou biscoito.<br/> Paladar: reproduz a percepção do olfato e apresenta equilíbrio entre dulçor e amargor.<br/> Variação de teor alcoólico: 4,8% a 5,3%.<br/> Sugestão de harmonização do editor: chucrute</p>                                        |
|  <p><b>ALE</b> conhecidas também como cervejas de alta fermentação, as cervejas do tipo ale são fermentadas em temperaturas que variam, geralmente, dos 14°C aos 25°C. Sua fase mais importante ocorre em uma média de três a cinco dias e o resultado final produz cervejas com sabores e aromas mais frutados e complexos.</p> | <b>Pale Ale</b>             | <p>Cor na taça: varia entre dourada e acobreada.<br/> Olfato: aromas que podem lembrar grãos (malte de cevada), frutas e ervas.<br/> Paladar: equilíbrio entre dulçor e amargor, com leve destaque para o primeiro.<br/> Variação de teor alcoólico: 4,4% a 5,5%.<br/> Sugestão de harmonização do editor: pizza de calabresa com pimenta do reino</p>                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>India Pale Ale (IPA)</b> | <p>Cor na taça: varia entre dourada e acobreada.<br/> Olfato: aromas que podem lembrar frutas e destaque para aromas intensa / frequentemente florais.<br/> Paladar: sabor de malte e nuances terrosas discretas. Amargor varia de médio a muito intenso. Sabor frutado varia de médio a intenso.<br/> Variação de teor alcoólico: 4,5% a 7,1%.<br/> Sugestão de harmonização do editor: Costelinha suína ao molho barbecue</p> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                             | <p>Cor na taça: varia entre acobreada, vermelha e marrom avermelhada.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

(Continuação)

| Famílias                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Estilos                     | Características                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>Red Ale</b>              | <p>Olfato: aromas que podem lembrar frutas, “caramelo”, adocicado e malte de cevada levemente tostado.</p> <p>Paladar: dulçor suave a médio e amargor médio. Sabor frutado suave.</p> <p>Variação de teor alcoólico: 4,0% a 4,8%.</p> <p>Sugestão de harmonização do editor: Bacon roll recheado com carne moída e pimenta biquinho.</p>                                                                                                                                                                         |
|  <p><b>HÍBRIDAS</b> cervejas híbridas são aquelas produzidas segundo técnicas baseadas em dois ou mais tipos de fermentação. Dentro desta modalidade, além dos seus mais variados estilos, estão também as famosas cervejas de fermentação espontânea.</p> | <b>California Common</b>    | <p>Cor na taça: varia entre âmbar suave e âmbar médio.</p> <p>Olfato: Aromas suaves de malte de cevada tostado e “caramelo”.</p> <p>Paladar: reproduz a percepção do olfato e apresenta amargor médio a médio intenso.</p> <p>Variação de teor alcoólico: 4,6% a 5,7%.</p> <p>Sugestão de harmonização do editor: linguças suínas</p>                                                                                                                                                                            |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>Fruit Beer</b>           | <p>Cor na taça: varia de acordo com as características do malte e, principalmente, com o tipo e a quantidade de frutas utilizadas na receita. Neste exemplo, vamos considerar uma cerveja de framboesas.</p> <p>Olfato: Aromas característico e predominante de framboesa.</p> <p>Paladar: reproduz a percepção do olfato e apresenta acidez característica.</p> <p>Variação de teor alcoólico: 2,5% a 12,0%.</p> <p>Sugestão de harmonização do editor: tartelette de frutas vermelhas com creme pâtissière</p> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>Cerveja de chocolate</b> | <p>Cor na taça: varia de âmbar suave a preta.</p> <p>Olfato: Aromas característico e predominante de chocolate e cacau.</p> <p>Paladar: reproduz a percepção do olfato e apresenta amargor muito suave a médio suave.</p> <p>Variação de teor alcoólico: varia de acordo com cada estilo.</p> <p>Sugestão de harmonização do editor: sobremesas com leve acidez típica das frutas vermelhas</p>                                                                                                                  |

Fonte: Nassif (2016)

Através do que já foi exposto percebe-se que uma gama de estilos, sabores e aromas da cerveja artesanal, poderá ser cuidadosamente harmonizada com os diferentes pratos da culinária regional, trazendo ao mercado um projeto com maior oportunidade de prazer sensorial ao consumidor.

## 6 ESTUDOS DE CAMPO

As informações que serviram como diretrizes para o desenvolvimento e elaboração do projeto da fábrica-escola, foram adquiridas através de entrevistas semiestruturadas *in loco*, com proprietários, sócios e gerentes de três fábricas de

cervejas artesanais, sendo duas localizadas em Uberlândia/MG e uma em Bonfim Paulista/SP, e também com a professora do SENAI, responsável pelo curso de fabricação de cerveja artesanal, e estão apresentadas no Quadro 5:

**Quadro 05** – Informações coletadas nas entrevistas

| Estabelecimento                    | Entrevistado                          | Informações <sup>4</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| UBERBRAU<br>Uberlândia/MG          | Roberto<br>Michelin<br>(Proprietário) | Foi a primeira fábrica de cerveja artesanal instalada na cidade, começando suas atividades em 2008, com uma capacidade de produção bem significativa, cozinha de Brassagem de 1000L e Tanques de 1000/2000 L, permitindo o abastecimento da região sem gargalos e sem problemas de falta no estoque. Iniciou seu processo produtivo, com 4 tipos de cerveja, disponibilizadas como chopes através de delivery de barris e choperias.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| WALFANGER<br>Bonfim<br>Paulista/SP | Camila<br>(Funcionária)               | Inaugurada em 2015, a cervejaria <i>Walfanger</i> , possui uma fábrica totalmente a mostra, que permite ao público visualizar todo o processo produtivo em conjunto com o bar para a degustação dos três estilos de cerveja que hoje a casa produz, juntamente com um cardápio harmônico da culinária germânica e brasileira. Em frente à fábrica fica o Jardim das Cervejas – <i>Biergarten</i> <sup>5</sup> . Atualmente a produção é de 14 mil Litros de cerveja por mês, porém com uma estrutura para 60 mil Litros/mês.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| BENEDITH<br>Uberlândia/MG          | Roni/Janaína<br>(Proprietários)       | No mercado cervejeiro desde 2011, porém, até a instalação da fábrica, teve um período de 2 anos destinados a pesquisa sobre o ramo, mais 1 ano de preparação para a montagem e adequação. Iniciou com uma produção de 800 Litros/mês. A cervejaria não foi planejada para uma fábrica de envase, e sim para abastecer um brewpub, porém, devido às dificuldades junto a ANVISA e o MAPA (órgãos responsáveis pela regularização), a ideia se tornou inviável. Logo, como já havia um investimento com equipamentos, a fábrica iniciou suas operações com o envase de garrafas, porém, com baixa produção. “Os apreciadores iam à fábrica, levavam seus tira-gostos e degustavam a cerveja ali produzida” (Roni). Hoje a fábrica encontra-se em um novo endereço, com uma produção de aproximadamente 2.500 Litros/mês. Os resíduos (bagaço do malte) são doados para alimentação de gado, o qual é retirado na fábrica. |
| SENAI<br>Uberlândia/MG             | Renata C.<br>Teixeira<br>(Professora) | Mestre e <i>Sommelier</i> <sup>6</sup> de cerveja - busca através de seus cursos, qualificar os apreciadores de cerveja artesanal, apresentando informações básicas sobre os equipamentos, todo o processo produtivo e os variados estilos da bebida.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

**Fonte:** A autora

<sup>4</sup> As entrevistas foram feitas de acordo com a disponibilidade de tempo dos entrevistados. (A autora)

<sup>5</sup> Bar muito popular no Reino Unido Republica da Irlanda e outros países de influência britânica, como Austrália ou Nova Zelândia, onde são servidas bebidas (principalmente alcoólicas) e comida ligeira. (GABI, 2008)

<sup>6</sup> Profissional com amplo conhecimento sobre cervejas, capaz de analisar sensorialmente e qualitativamente os mais diversos estilos da bebida. Possui habilidade de aconselhar os clientes sobre as diversas possibilidades de estilos a escolher, recomendando harmonizações e principalmente, tendo a sensibilidade de servir, entender e respeitar o cliente. (TEIXEIRA, 2017)

Segue fotos tiradas nos estabelecimentos onde ocorreram as entrevistas referentes ao quadro 05<sup>7</sup>:



**Fotos 01 e 02:** Fábrica da UBERBRAU



**Fotos 03, 04 e 05:** WALFANGER



**Fotos 06, 07 e 08:** BENEDITH

---

<sup>7</sup> As fotos referidas pertencem ao arquivo pessoal da autora.



**Fotos 09 e 10:** Entrevista com Renata Cristina Teixeira – SENAI



**Fotos 11, 12 e 13:** Curso de Fabricação de Cerveja Artesanal – SENAI

**Quadro 06** – Informações coletadas nas entrevistas com gerentes e proprietários de bares e restaurantes

| Estabelecimentos                                       | Entrevistado          | Informações <sup>8</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Bar UBERBRAU<br>Mercado Municipal de<br>Uberlândia/MG. | Fernando<br>(Gerente) | Aberto em 2009, na av. Rondon Pacheco, foi o primeiro bar a servir cerveja artesanal na cidade. Após 4 anos, mudou-se para o Mercado Municipal, onde em seu cardápio estão presentes além das tradicionais, os 4 estilos de cervejas produzidas em sua fábrica, as quais são servidas através de chopeiras ou em garrafas, tendo também um cardápio de petiscos atrativos. O bar é composto por 1 freezer específico para refrigerantes e outro para cervejas engarrafadas, 1 balcão para armazenamento de copos a uma temperatura de -14°C, 2 balcões para chopeiras, prateleiras e pia com armário inferior. O caixa é um pequeno balcão em L, para o apoio de máquinas de cartão de crédito, telefone e cardápios. O bar funciona com quatro funcionários fixos, sendo 1 gerente, 2 cozinheiras e 1 garçom. Para os dias de |

<sup>8</sup> Informações coletadas nas entrevistas que foram feitas de acordo com a disponibilidade de tempo dos entrevistados. (A autora)

(Continuação)

| Estabelecimentos              | Entrevistado                                | Informações <sup>8</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                               |                                             | maior movimento, são contratados como <i>freelances</i> mais 2 garçons, 2 <i>Commis</i> <sup>9</sup> , 1 caixa e 2 <i>Bartenders</i> <sup>10</sup> . Os pedidos solicitados pelos clientes são feitos através do sistema de comanda eletrônico, onde são direcionados para o bar ou cozinha, evitando erros ou prejuízos tão comuns nesses estabelecimentos. O bar possui 1 cozinha contendo: 1 chapa, 1 grelha, 1 forno, 1 fogão semi industrial de 4 bocas, 1 freezer, 1 frigobar, 1 geladeira e 2 fritadeiras para peixes e salgados, além de 1 prateleira e armários para armazenagem em geral.                      |
| Bar do Betão                  | Betão<br>(Proprietário)                     | Bar tradicional da cidade, frequentado por um público variado, como universitários, família, casais, grupos de amigos entre outros. É o ponto de encontro nos fins de tarde na região central e conta com um cardápio variado. Segundo Betão, “sempre busco criar um cardápio novo, como estratégia para manter e atrair novos clientes”. O bar dispõe de uma pequena cozinha adaptada ao espaço disponível, um salão interno com capacidade média para 40 pessoas, 1 caixa, 2 banheiros, e uma pequena área externa coberta que se expande com mesas à calçada. Nos dias de pico atende uma média de 350 pessoas/noite. |
| Bar/Churrascaria<br>Skinão    | Paulo<br>(Proprietário)                     | Situado no bairro Saraiva, conta o diferencial churrasco por quilo, o qual a carne é escolhida pelo próprio cliente. Ambiente familiar, com uma estrutura ampla, adaptada as normas da vigilância sanitária. Cardápio variado acompanhado por cervejas tradicionais. Com uma demanda acima da capacidade de atendimento, os clientes têm enfrentado filas de espera o que gera certa insatisfação nos mesmos.                                                                                                                                                                                                            |
| Restaurante<br>Pratos & Fatos | Adriana<br>(Nutricionista/<br>Proprietária) | Restaurante Self-service, situado no bairro Tabajaras, possui uma cozinha ampla com 2 fogões com coifa, sendo 1 de 6 e outro de 4 bocas; 1 fritadeira, 1 forno elétrico, 1 chapa de grelhados; 2 freezers horizontais e 1 geladeira; 1 bancada móvel de apoio, 4 pias, sendo 2 na cozinha, 1 para o preparo de sucos e 1 para a higienização de saladas; bancadas com prateleiras inferiores para armazenamento de utensílios; DML; Despensa e área para descarte do lixo.                                                                                                                                               |
| Restaurante 3 Marias          | M <sup>a</sup> Cristina<br>(Proprietária)   | Restaurante Self-service, situado à Praça Clarimundo Carneiro, na região central da cidade, há 15 anos no mercado, atendendo funcionários(as) de diversas empresas da região, famílias residentes no entorno, estudantes de escolas e faculdades próximas, entre outros. Possui uma estrutura adequada à demanda de clientes.                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

**Fonte:** A autora (2017)

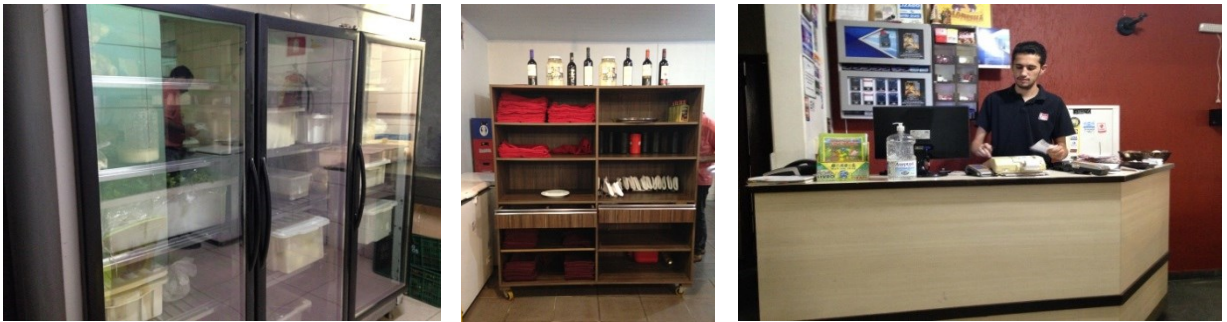
<sup>9</sup> Auxiliar do garçom no serviço aos clientes, principalmente na acomodação desses. Limpa as mesas vazias, troca as toalhas, junta mesas para grupos maiores de pessoas, recolhe objetos caídos e transporta a comida da cozinha até o cliente. (CADERNO VIRTUAL, 2011)

<sup>10</sup> Palavra em inglês que significa empregado (a) de bar ou garçom/garçonete de bar, e descreve a pessoa que mistura e/ou serve bebidas em um bar. A palavra *bartender* é formada pelas palavras bar + tender, sendo que tender vem do verbo tend, que significa atender ou ser responsável por alguém ou algo. (SIGNIFICADOS, 2017)

Fotos tiradas nos estabelecimentos onde ocorreram as entrevistas referentes ao quadro 06<sup>11</sup>:



**Fotos 14, 15 e 16: Bar UBERBRAU**



**Fotos 17, 18 e 19: Bar Skinão**



**Fotos: 20, 21 e 22: Restaurante Pratos & Fatos**

---

<sup>11</sup> As fotos referidas pertencem ao arquivo pessoal da autora, sendo que o proprietário do Bar do Betão não autorizou fotografar o local.



**Fotos 23, 24 e 25:** Restaurante 3 Marias

## **7 CURSO SOBRE TÉCNICAS CERVEJEIRAS E HARMONIZAÇÃO**

Com o intuito de promover o aprendizado sobre o universo cervejeiro e as técnicas de preparo dos pratos, o espaço proporcionará a realização de cursos de fabricação de cerveja artesanal e de harmonização gastronômica, abordando a teoria e a escolha dos ingredientes, assim como os variados pratos frios e quentes, as normas de higienização e manipulação dos alimentos.

De acordo com as informações adquiridas no curso de fabricação de cerveja, percebe-se que a cerveja artesanal tem um prazo médio de preparo, da moagem do malte até chegar ao copo para ser consumida. Diante desse processo de produção, o projeto propõe que os cursos sejam ministrados fora do horário de funcionamento da fábrica-escola, para que a cerveja produzida durante o curso seja degustada e apreciada pelo público frequentador do estabelecimento, e as receitas inventadas sejam avaliadas podendo assim surgir novos estilos/rótulos.

## **8 A RESIDÊNCIA ESCOLHIDA PARA O PROJETO**

A escolha da edificação para o desenvolvimento do projeto foi pensada levando em consideração os aspectos arquitetônicos da residência, e a importância histórico-cultural do bairro Fundinho onde se localiza; já que esse se caracteriza principalmente por abrigar patrimônios históricos, praças, casarões, galerias, lojas de grife e uma diversificada cultura gastronômica; e ademais, é claro, o fato de

acreditar-se que por suas características, essa localização atenderia a proposta em estudo com sucesso, obtendo a preferência e simpatia do nicho a ser atraído.

A residência está localizada na Praça Cícero Macedo nº 9, e conforme Ferreira (2012, p. 65) “[...] acredita-se que a edificação date do final do século XIX e sua reforma de aproximadamente meados do século XX sendo, portanto, melhor definida como residência eclética com alguns traços geométricos que remetem ao art déco”.

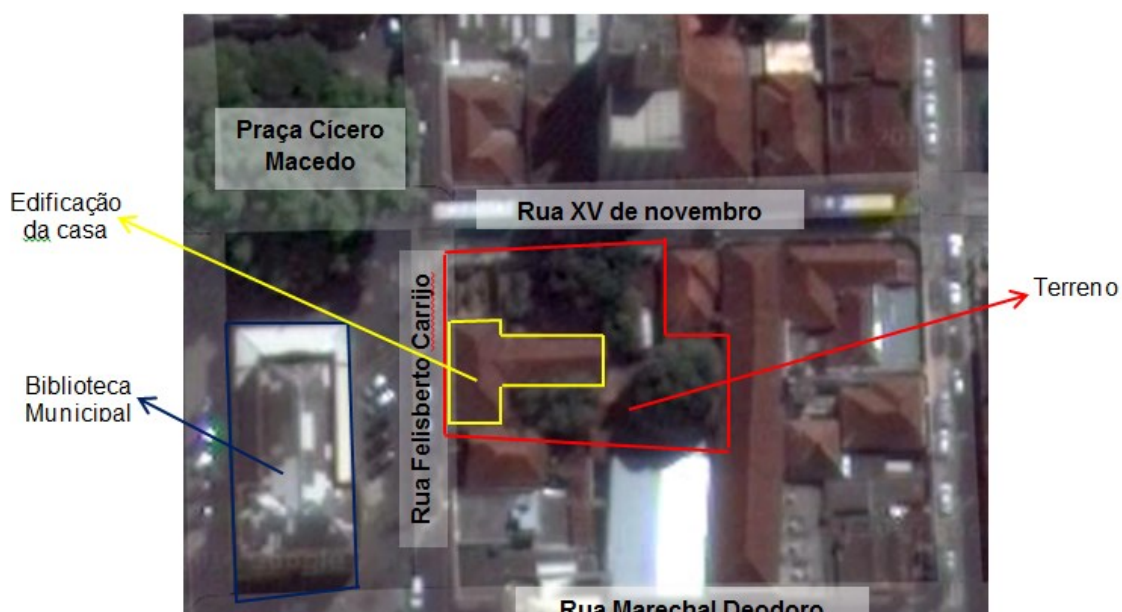


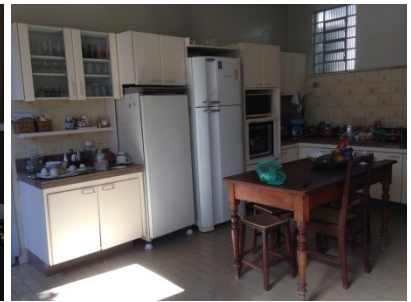
**Figura 07** – Vista aérea da edificação escolhida e sua localização

Fonte: <https://www.google.com.br/maps/@-18.9243081,-8.2835531,169a,48.2y,2.51t/data=!3m1!1e3>

Atualmente a residência é ocupada pela proprietária, a senhora Edith Costa Pereira, solteira, com 101 anos de idade, de uma lucidez perceptível, mas totalmente dependente de cuidados, os quais lhe são prestados por Dona Ilda (cuidadora de idosos), a qual contribuiu com as informações para a coleta de dados do local e permitiu o registro das imagens.



**Fotos 26 e 27** – Fachadas da residência a partir das Ruas XV de novembro e Felisberto Carrijo respectivamente.  
Fonte: A autora (2016)



**Fotos 28, 29 e 30:** Área interna da casa  
Fonte: A autora (2016)



**Fotos 31, 32 e 33:** Área externa da casa  
Fonte: A autora (2016)

O imóvel encontra-se relativamente preservado levando em consideração o tempo de sua construção. A organização espacial interna da planta é caracterizada pela divisão de três zonas básicas: social, íntima e de serviços, permitindo uma leitura racional da formação dos ambientes, conforme a Figura 8 apresenta:



**Figura 8:** Planta original sem escala.  
Fonte: Ferreira (2012, p. 69)

A madeira está presente no piso, forro, nas esquadrias dos espaços íntimos e em grande parte das áreas de convívio social; e os materiais cerâmicos presentes nas áreas de serviços, tendo em destaque o ladrilho hidráulico presente na despensa da casa.

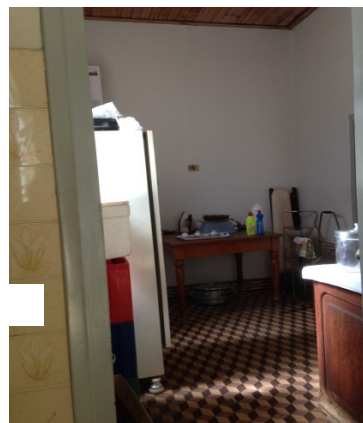


**Foto 34:** Despensa  
Fonte: A autora (2016)

A parte externa da residência dispõe de um extenso espaço, com o acesso principal voltado para a rua Felisberto Carrijo, tendo a vista da fachada frontal voltada para a rua XV de novembro, e em sua parte posterior está a edícula e o pomar.

## 9 PROJETO

Através dos estudos levantados em relação ao imóvel escolhido, verificou-se que a residência em questão, atende aos requisitos necessários ao que se propõe o projeto. E simultaneamente, após a análise de todas as pesquisas teóricas e de campo feitas ao longo do trabalho, pôde-se desenvolver um projeto interessante ao mercado de comércios de Uberlândia/MG, para atingir os objetivos propostos.

Para exemplificar a importância de se preservar os traços das edificações de uma cidade, mostrando que são esses traços e detalhes que contêm a história dessa cidade, Ferreira (2013, p.68) faz uso de uma citação de Calvino:

Mas a cidade não conta o seu passado, ela o contém como as linhas da mão, escrito nos ângulos das ruas, nas grades das janelas, nos corrimãos das escadas, nas antenas dos para-raios, nos mastros das bandeiras, cada segmento riscado por arranhões, serradelas, entalhes, esfoladuras. Calvino (2002 apud FERREIRA, 2013, p. 68)

Portanto, diante da importância histórica que a residência representa para a proprietária e para o bairro, e também porque entende-se que o nicho de mercado a ser atingido daria maior valor ao local frequentado, devido às suas características históricas de ser uma edificação localizada bem onde se iniciou a cidade de Uberlândia, estando ao lado da biblioteca que hoje ocupa o local onde foi a estação rodoviária da cidade; o trabalho buscou preservar ao máximo os traços originais da casa, propondo um projeto que corresponda ao espaço existente, intervindo apenas com a remoção de algumas paredes não estruturais, sob a avaliação e orientação do professor Dr. Juliano Pereira. Com isso, apresenta-se a seguir na figura 09 a planta construir e demolir sem escala.

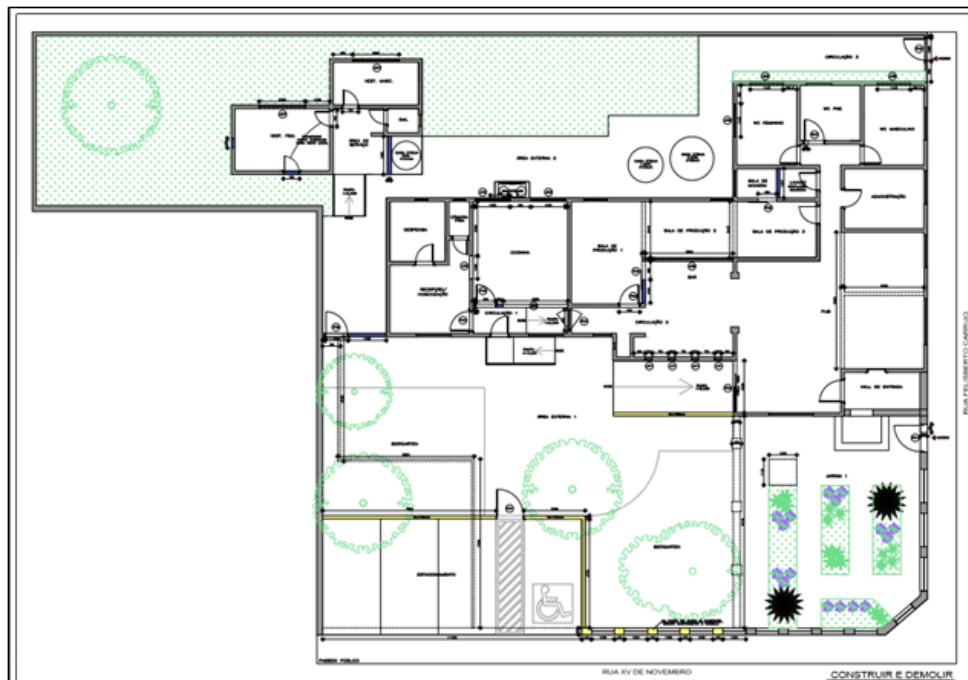


**Figura 9:** Planta construir e demolir sem escala.  
 Fonte: A autora (2017)

A residência não possui planta técnica, sendo assim, os dados utilizados para o projeto da fábrica-escola, foram os mesmos levantados pela aluna Juliana Medeiros Ferreira, do Curso de Design da Universidade Federal de Uberlândia, a qual desenvolveu no espaço o projeto de interiores de uma casa de chás. Assim, sobre esse levantamento Ferreira (2013, p. 76) explica:

[...] a existente residência definida para abrigar o projeto não possuía nenhum tipo de desenho com quaisquer medições. Desta forma foi então necessária à realização do levantamento métrico de toda a edificação. Tal verificação foi efetuada pela autora através de diversas vistorias in loco onde foram levantados valores espaciais, alturas, esquadrias, níveis, revestimentos, paginação funções, além do registro fotográfico e em vídeo da casa.

Com uma área externa relativamente ampla, a qual tem uma vista privilegiada das avenidas, foi proposto o projeto do jardim da cerveja – biergarten, tradicional da cultura alemã, que será oferecido ao público para o lazer, o entretenimento e também para difundir a cultura mineira, promovendo vários eventos e encontros cervejeiros proporcionando a integração do público.

No que se refere a um estabelecimento comercial na área alimentícia, é necessário que o projeto obedeça aos requisitos no que tange o Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação, de acordo com a Resolução RDC nº 216, de 15 de setembro de 2004. Diante dessa questão, a qual se faz indispensável para a execução do projeto, a proposta se preocupou em atender de forma integral, as exigências que se referem à instalação de bares/restaurante e também no que diz respeito à produção de cervejas.

A figura 10 representa a setorização do layout proposto.

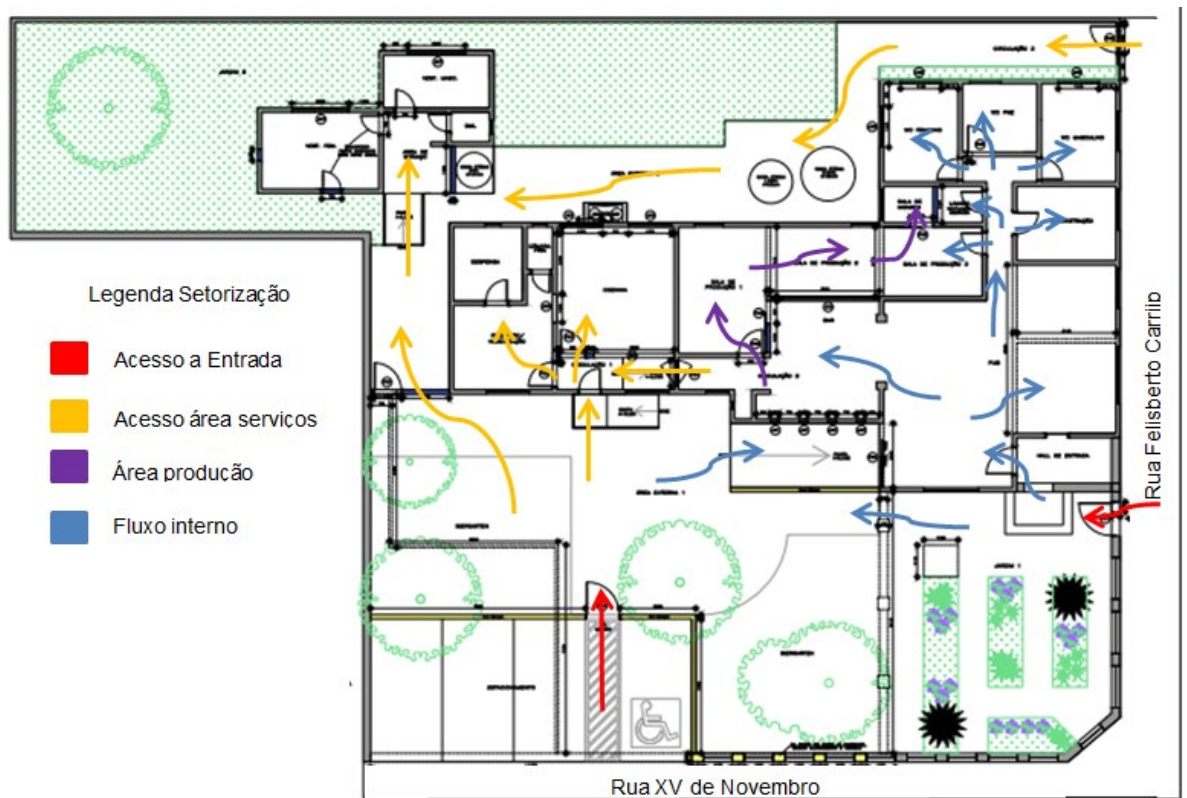


**Figura 10:** Planta setorização sem escala.  
Fonte: A autora (2017)

As figuras 11 a 17 respectivamente, referem-se ao projeto e não se encontram na escala, sendo as mesmas entregues separadas no formato A1.



**Figura 11:** Planta Layout  
Fonte: A autora (2017)

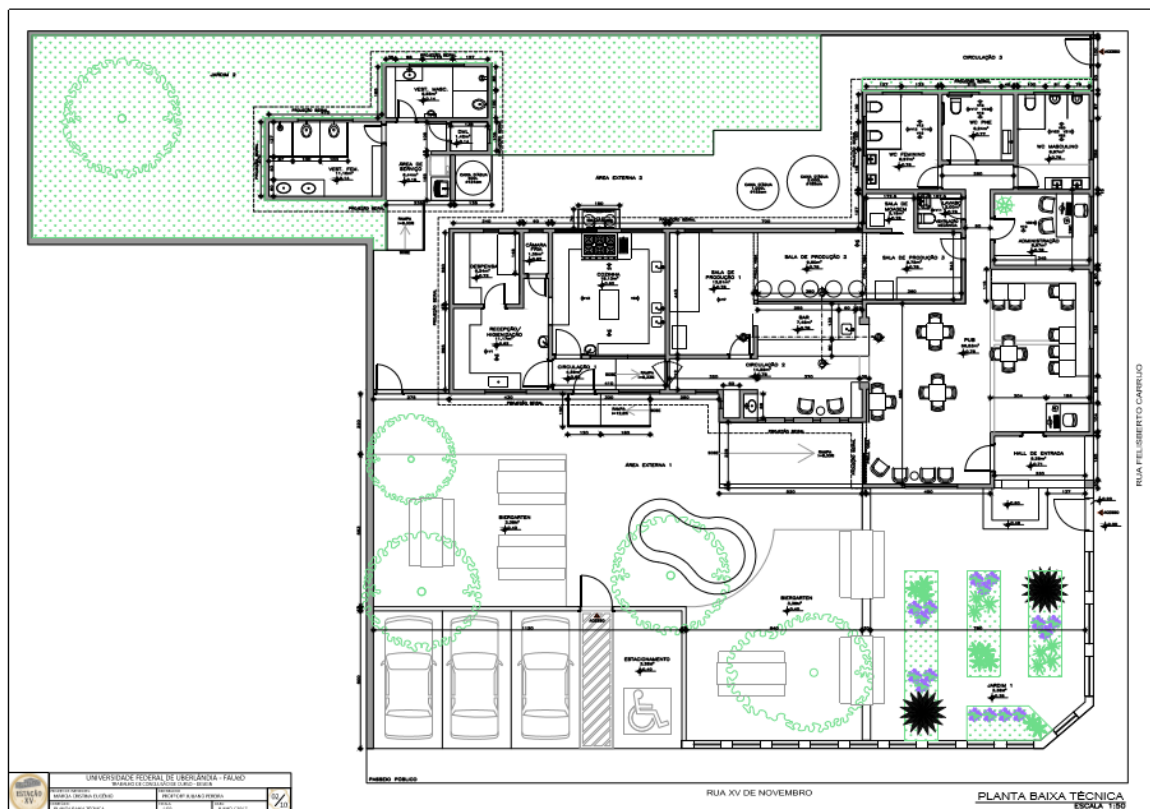


**Figura 12:** Planta Técnica  
Fonte: A autora (2017)

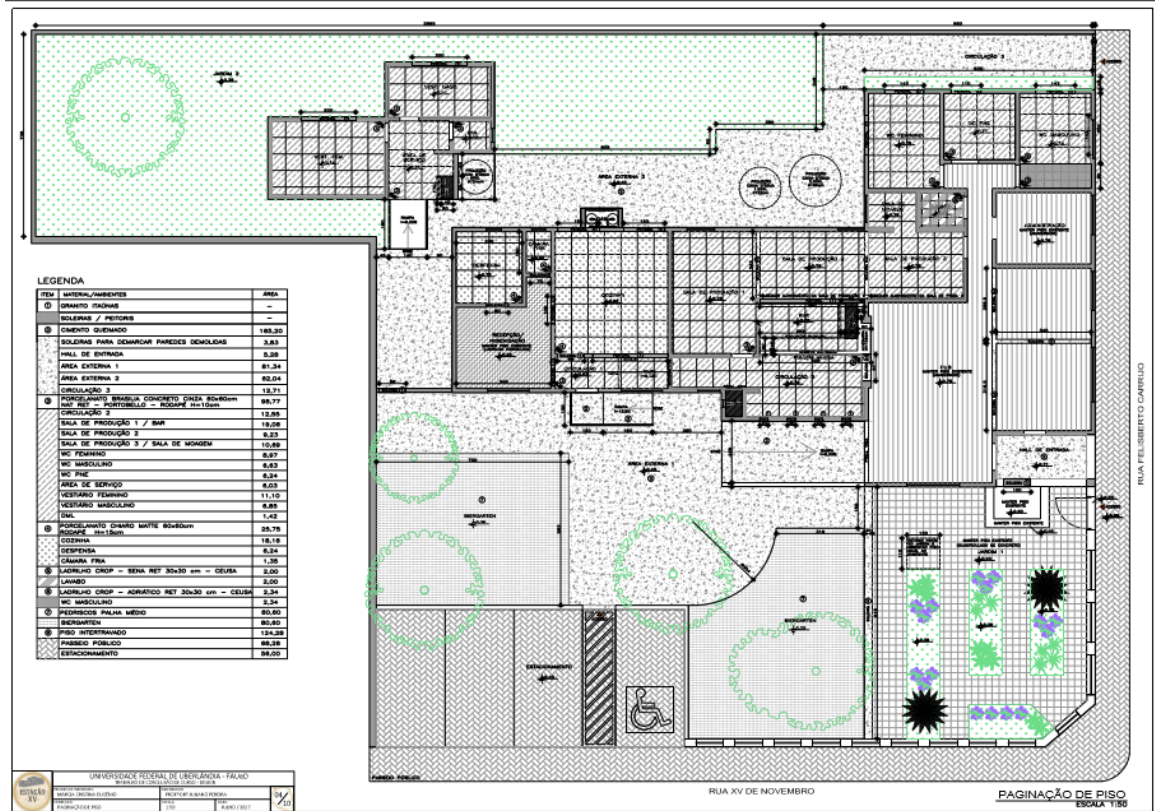


**Figura 13:** Planta Paginação de Piso  
 Fonte: A autora (2017)

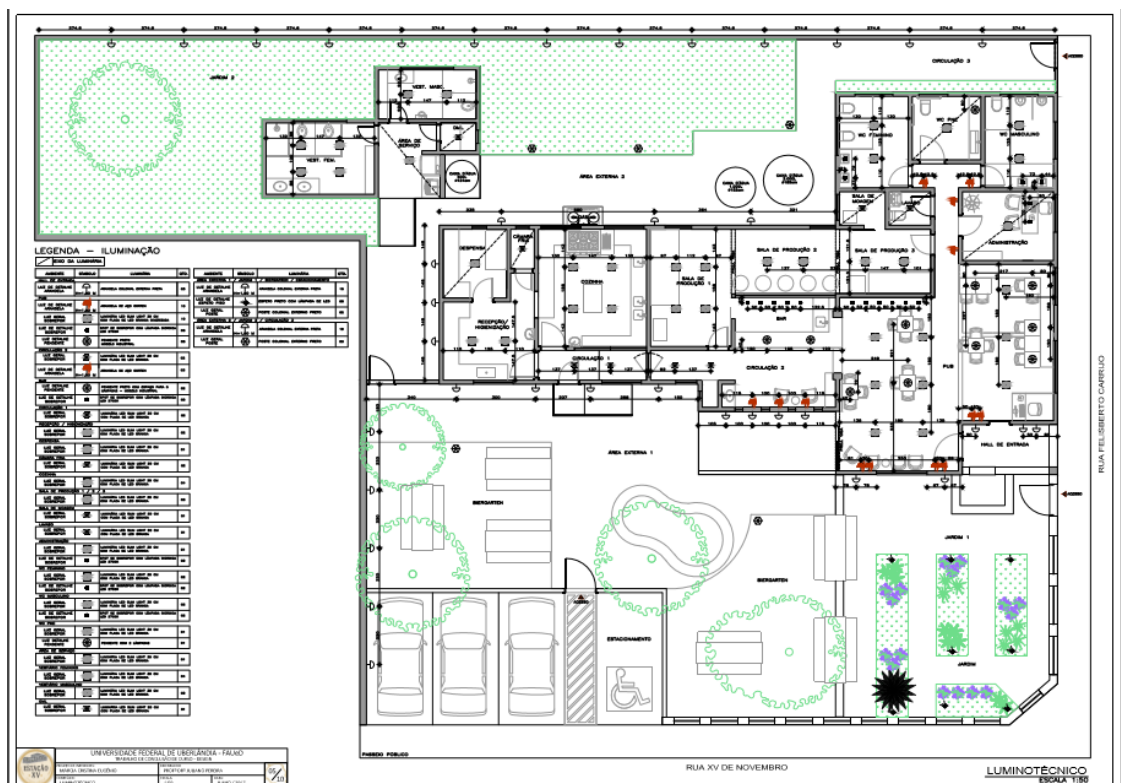


**Figura 14:** Planta Luminotécnica  
 Fonte: A autora (2017)



**Figura 15:** Perspectivas Área Externa  
Fonte: A autora (2017)



**Figura 16:** Perspectivas Área Interna  
Fonte: A autora (2017)

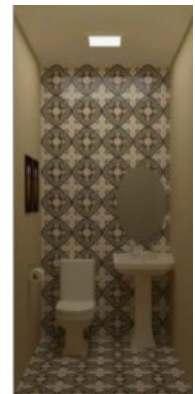
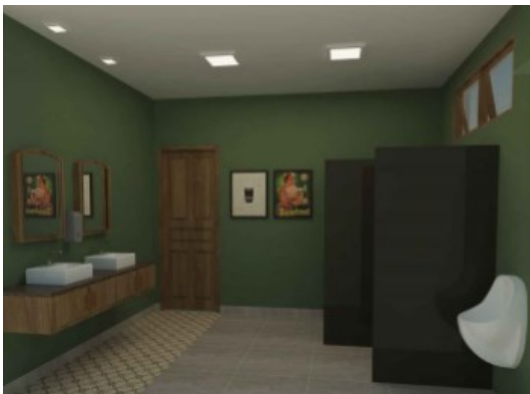


**Figura 17:** Perspectivas  
Fonte: A autora (2017)

## **10 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Considerando que a cerveja é uma bebida historicamente apreciada no mundo, e que na atualidade essa bebida não deixou de aumentar os seus índices de aceitação geral, inclusive no Brasil. Trabalhar no segmento das cervejarias já é um negócio lucrativo. Mas quando se descobre um nicho de mercado como esse citado ao longo do trabalho, empreender um negócio na área da cervejaria artesanal para atender esse público diferenciado, que não se preocupa tanto com preços, mas sim com a qualidade e diferenciação do produto, é muito rentável. Torna-se mais rentável ainda se além de estar aliado à boa gastronomia, ao entretenimento, lazer, e cultura então propostos no trabalho, aliar-se também um espaço de designer de interiores aconchegante e sofisticado em local estratégico da cidade, o qual esse consumidor em específico deve apreciar.

Assim, conclui-se que sem dúvida empreendedores interessados em abrir uma cervejaria artesanal de sucesso, devem considerar toda a gama de detalhes ora citados no decorrer desse trabalho, desenvolvendo um projeto de designer de interiores que agregará valor a seu estabelecimento, tornando-o diferenciado também.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. Resolução RDC nº 216, de 15 de setembro de 2004. Dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação. Publicação: D.O.U. - Diário Oficial da União; Poder Executivo, de 16 de setembro de 2004. Disponível em: < <http://portal.anvisa.gov.br/documents/33916/388704/RESOLU%25C3%2587%25C3%2583O-RDC%2BN%2B216%2BDE%2B15%2BDE%2BSETEMBRO%2BDE%2B2004.pdf/23701496-925d-4d4d-99aa-9d479b316c4b> >. Acesso em: 08 de jul. de 2017.

GABI. O Que é Biergarten? Ago/2008. Disponível em: < <http://www.emporiobiergarten.com.br/site/?p=673> >. Acesso em: 05 de jun. de 2017.

BEER LIFE. **História da Cerveja**. 1999. Disponível em: < [http://www.beerlife.com.br/portal/default.asp?id\\_texto=14](http://www.beerlife.com.br/portal/default.asp?id_texto=14) >. Acesso em: 20 de jun. de 2017.

BREJAS. Cursos para Degustar e Aprender a Fazer Cerveja. Site, 2010. Disponível em: < <http://www.brejas.com.br/blog/30-03-2010/cursos-aprender-fazer-cerveja-5363/> >. Acesso em: 21 de jun. de 2017.

CADERNO VIRTUAL. **Profissão: cumim, garçom e maître**. 06 set. de 2011. Disponível em: < <http://inclusaoprofissional.diariodonordeste.com.br/v4/cadernos/profissao-cumim-garcom-e-maitre/> >. Acesso em: 05 de jul. de 2017.

CARVALHO, N. B. **Cerveja Artesanal: Pesquisa Mercadológica e Aceitabilidade Sensorial**. 2015. 156 f. Tese (doutorado) - Universidade Federal de Viçosa, Viçosa 2015. Disponível em: < <http://locus.ufv.br/bitstream/handle/123456789/6811/texto%20completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y> >. Acesso em 05 de jul. de 2017.

CASA DO SABER. **Gastronomia Brasileira: história e cultura**. Site. Disponível em: < <http://casadosaber.com.br/sp/cursos/gastronomia/gastronomia-brasileira-historia-e-cultura.html> >. Acesso em 18 de jun. de 2017.

CERVESIA. **História da Cerveja**. Site, 2003 – 2017. Disponível em: <<https://www.cervesia.com.br/historia-da-cerveja.html> >. Acesso em: 20 de jun. de 2017.

COMER, D. M. R. **Gastronomia: patrimônio e identidade cultural**. Disponível em: < <http://www.igtf.rs.gov.br/wp-content/uploads/2012/10/Gastronomia-patrimonio-e-identidade-cultural.pdf> >. Acesso em: 21 de jun. de 2017.

DESTINO CERVEJEIRO. **Harmonização**. Site. Disponível em: < <http://destinocervejeiro.com/harmonizacao> >. Acesso em: 24 de jun. de 2017

BECK, M. **3 pontos cruciais para a 'Agenda 2015' da cerveja artesanal brasileira**. blog: O GLOBO, 2015. Disponível em:< <http://blogs.oglobo.globo.com/dois-dedos-de-colarinho/post/3-pontos-cruciais-para-agenda-2015-da-cerveja-artesanal-brasileira-562100.html> >. Acesso em: 29 de jun. de 2017.

BUENO, P. **A Arte da Harmonização de Cervejas**. Gazeta do Povo, 2014. Disponível em: < <http://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/aprenda-a-harmonizar- cervejas-artesanais/> >. Acesso em: 20 de jun. de 2017.

FERREIRA, J. M. **Casa de Chá Tochá**. 2013. 90 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em design de interiores) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2013.

GERLACH, L. H. **O Segmento da Cerveja Artesanal nos Vales Através de Uma Análise Publicitária**. 2016. 75 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado) – Centro universitário Univates, Lajeado, 2016. Disponível em: <<https://www.univates.br/bdu/bitstream/10737/1381/1/2016LuizHenriqueGerlach.pdf>>. Acesso em 17 de jun. de 2017.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175 p.

Google Maps. **Pesquisa no Google Maps**. Disponível em: <<https://www.google.com.br/maps/@-18.9243081,-8.2835531,169a,48.2y,2.51t/data=!3m1!1e3>>. Acesso em: 01 de mar. De 2017.

LIVRARIA DA FOLHA. **Guia Explica Como Harmonizar tipos de Cervejas com Petiscos e Comidas**. 29 de mar. 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/livrariadafolha/2017/03/1870466-guia-explica-como-harmonizar-tipos-de- cervejas-com-petiscos-e-comidas.shtml>>. Acesso em: 30 de jun. de 2017.

MATOS, R. G. M. **Produção de cervejas artesanais, avaliação de aceitação e preferência, e panorama do mercado**. 2011. 78p. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Federal de Santa Catarina (Curso de Agronomia). Florianópolis, 2011. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/25472/ragr250.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 05 de jul. de 2017.

NASSIF. **Dicas Básicas de Harmonização**. Cervejas e Sabores, 2016. Disponível em: <<https://www.cervejasesabores.com.br/dicas-de-harmonizacao>>. Acesso em: 08 de jul. de 2017.

OLIVEIRA, F. F. de. **Comportamento do Consumidor: um estudo das teorias de marketing aplicadas ao turismo**. Mar./2008. Disponível em: <[http://www.iptan.edu.br/publicacoes/saberes\\_interdisciplinares/pdf/revista02/Comportamento%20do%20consumidor%20um%20estudo%20das%20teorias%20de%20marketing%20aplicadas%20ao%20turismo.pdf](http://www.iptan.edu.br/publicacoes/saberes_interdisciplinares/pdf/revista02/Comportamento%20do%20consumidor%20um%20estudo%20das%20teorias%20de%20marketing%20aplicadas%20ao%20turismo.pdf)> . Acesso em: 02 de jul. de 2017.

OPA BIER. **História da Cerveja no Brasil – Parte 2 – Cervejarias Artesanais**. Jun. 2015. Home. Disponível em: <<http://opabier.com.br/blog/historia-da-cerveja-no-brasil-parte-2-cervejarias-artesanais/>>. Acesso em: 20 de jun. 2017.

PEREIRA, S. **Enologia e Harmonização**. Curso de Técnico em Serviços de Restaurante e Bar – Secretaria de Educação e Esportes de Pernambuco, 2014. 91 f. Disponível em: <<https://sisacad.educacao.pe.gov.br/bibliotecavirtual/bibliotecavirtual/texto/CadernodeRBenologiaeHarmonizacaoRDDI.pdf>>. Acesso em: 06 de jul. de 2017.

SAWAYA, A. L. et al. **Paixão Nacional**. Pesquisa FAPESP, São Paulo, ano 18, n. 251.

SEBRAE. **Microcervejarias no Brasil**: Características e oportunidades. Disponível em: < [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/8818d2954be64fcda8628defef1f70f8/\\$File/7503.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/8818d2954be64fcda8628defef1f70f8/$File/7503.pdf) >. Acesso em: 05 de jul. de 2017.

SIGNIFICADOS. **Significado de Bartender**. 2011/2017. Disponível em: < <https://www.significados.com.br/bartender/> >. Acesso em: 05 de jul. de 2017.

SOUZA, F. H. D. BUENO, J. M. DOMINGUES, C. R. **As Estratégias Iniciais de Microcervejarias Artesanais Para Produção e Comercialização**. XIX SEMEAD, nov. 2016. Disponível em: < <http://login.semead.com.br/19semead/arquivos/1556.pdf> >. Acesso em: 20 de jun. de 2017.

SOUZA, M. V. A. de. LANG, R. A de S. **PLANO DE NEGÓCIOS DE UMA CERVEJARIA ARTESANAL NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**. 2014. 72 f. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Federal do Rio de Janeiro (Escola Politécnica), Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: < <http://monografias.poli.ufrj.br/monografias/monopoli10012520.pdf> >. Acesso em: 29 de jun. de 2017.

TEIXEIRA, R. C. **Fábrica de Cerveja Artesanal Caseira**. Apostila (Curso) – Centro de Formação Profissional “Fábio de Araújo Motta” – SENAI, Uberlândia, 2017.

TONETTO, L. M. COSTA, F. C. X. da. Design Emocional: conceitos, abordagens e perspectivas de pesquisa. **Strategic Design Research Journal**, v. 4, n. 3, set./dez. 2011. Disponível em: < [https://www.researchgate.net/profile/Filipe\\_Costa/publication/273862410\\_Design\\_Emocional\\_conceitos\\_abordagens\\_e\\_perspectivas\\_de\\_pesquisa/links/55c9f94208aeb975674a10b4.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Filipe_Costa/publication/273862410_Design_Emocional_conceitos_abordagens_e_perspectivas_de_pesquisa/links/55c9f94208aeb975674a10b4.pdf) >. Acesso em: 16 de jun. de 2017.