

INSTITUTO FEDERAL CATARINENSE-CAMPUS ARAQUARI

**AUGUSTO CESAR FARIA SALMÓRIA, GABRIEL GRANGEIRO
MENDES, IGOR RIBAS JIMENEZ HERNANDEZ, JOÃO ARNALDO
PEREIRA CRUZ, PAULO HENRIQUE DE SOUZA**

**PRODUÇÃO DE CERVEJA ARTESANAL:
UM ESTUDO DE CASO**

**ARAQUARI/SC
2017**

**AUGUSTO CESAR FARIA SALMÓRIA, GABRIEL GRANGEIRO
MENDES, IGOR RIBAS JIMENEZ HERNANDEZ, JOÃO ARNALDO
PEREIRA CRUZ, PAULO HENRIQUE DE SOUZA**

**PRODUÇÃO DE CERVEJA ARTESANAL:
UM ESTUDO DE CASO**

Trabalho de Qualificação do Projeto de Iniciação Científica Integrada (PIC-QUIMI) apresentado ao Instituto Federal Catarinense-Campus Araquari como parte complementar à matriz curricular do Curso Técnico em Química Integrado ao Ensino Médio, sob orientação da Prof. Gisele Gutstein Guttschow.

**ARAQUARI/SC
2017**

RESUMO EM LÍNGUA VERNÁCULA

A cerveja é uma bebida popular e presente no cotidiano das pessoas. Variadas marcas, com sabores diversificados são oferecidos em mercados, Pubs e bares ao público. Foi percebido que nos últimos anos apreciadores da bebida passaram da condição de apenas consumidores a produtores de cerveja artesanal. Estas pessoas, na sua grande maioria, possuem qualificação profissional e estão alocados no mercado de trabalho, dedicam parte de seu tempo livre com amigos e familiares em cursos que visam o aprendizado da fabricação de cerveja artesanal com a finalidade única da degustação. Este trabalho tem por objetivo compreender, por meio de um estudo de caso, um grupo de pessoas que se dedicam a produção de cerveja apenas para degustação; os motivos que levam estes cervejeiros a se aventurarem na produção da cerveja artesanal. Os questionários foram disponibilizados aos integrantes do grupo pela plataforma do Google Forms. Os resultados apontam que os cervejeiros se reúnem com amigos e familiares, investem tempo e dinheiro na produção de uma bebida que agrega valores sentimentais e fortalece o vínculo de amizade.

Palavras-chave: cerveja artesanal, produção de cerveja, estudo de caso.

SUMÁRIO

1 TEMA	4
1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA	4
2 OBJETIVO GERAL	5
2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
3 INTRODUÇÃO	6
4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	8
4.1 HISTÓRIA DA CERVEJA	8
5 METODOLOGIA DA PESQUISA	12
6 RESULTADOS E DISCUSSÕES	13
7 CONCLUSÃO	18
REFERÊNCIAS	19
APÊNDICE	20

1 TEMA

Produção de cerveja artesanal, um estudo de caso.

1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA

Análise social e histórica visando compreender o que induziu um determinado grupo de pessoas, dentre as mais variadas profissões, a dedicarem-se a produção de cerveja artesanal para degustação própria.

2 OBJETIVO GERAL

Realizar um estudo de caso para compreender os motivos que levaram pessoas - que já possuem suas profissões e estão ambientadas no campo do trabalho - a dedicarem-se a estudar e fabricar cerveja artesanal para degustação própria.

2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar uma revisão bibliográfica sobre a história do consumo e fabricação da cerveja;
- Realizar um estudo de caso num determinado grupo de pessoas que atualmente se dedicam à produção cerveja artesanal em suas residências com o final propósito da degustação da bebida;
- Analisar o porquê esses entrevistados destinam parte de seu tempo e investimento financeiro na produção de cerveja artesanal sem fins lucrativos.

3 INTRODUÇÃO

De acordo com Escohotado (1996), o uso da bebida alcoólica esteve presente ao longo da história na maioria dos encontros, festas e comemorações e é usado pelas sociedades desde os tempos mais remotos. Durante o século XIV, a epidemia conhecida como peste negra se espalhou pela Europa. Com este acontecimento foi vetado o consumo de água, em função de sua contaminação pela doença, obrigando, desta maneira, as pessoas a ingerirem apenas cerveja, bebida, que, a princípio não estaria contaminada pela peste (Laranjeira e Pinsky, 1997).

Acredita-se que o costume de se ingerir bebidas alcoólicas se deva a um maior incentivo para a diminuição da timidez entre as pessoas.

Após a alteração da concentração populacional da área rural para o perímetro urbano foi percebido um aumento da produção de bebidas com teor alcoólico, e por consequência, as bebidas alcoólicas passaram a ser as mais consumidas pelas pessoas. Dentre essas, a cerveja foi uma das bebidas mais procuradas em função do seu baixo custo, tornando-a de fácil acesso aos consumidores.

Atualmente a cerveja está presente no cotidiano das pessoas e é divulgada pela mídia através de propagandas que apelam para o consumo da bebida. É consumida não só em ocasiões sociais como também dentro da própria residência durante o cotidiano das famílias. Incentivos na ingestão da cerveja são apresentados de maneira corriqueira as pessoas, desde colegas e amigos que a oferecem como também pais e outros familiares, atingindo um público adulto e também adolescente (Pinsky, 2004).

Na segunda década dos anos 2000, foi percebido um aumento na fabricação da cerveja artesanal. O consumidor ao se dirigir na seção do supermercado que se destina à venda da bebida se depara com uma gama de marcas e sabores diversificados e com especificidades bastante peculiares. Há disponível, para o consumidor, diversas marcas de cerveja que se propõem a produzir sabores e aromas diferenciados à bebida.

Além disso, cresce o número de pessoas, que possuem suas profissões e estão inseridas no

mercado de trabalho, que estão se propondo a estudar sobre a fabricação de cerveja, e com isso disponibilizar, junto com familiares e amigos, tempo e investimento financeiro na produção da bebida para degustação própria. Estas pessoas, dedicam parte do seu tempo e dinheiro no estudo e fabricação da bebida, tornando os momentos de encontro espaços sociais de confraternização.

A partir deste cenário, este trabalho aplicou um questionário a um grupo de pessoas que se dedicam a produção de cerveja artesanal para degustação. Este grupo denomina-se “Alunos Joinville Brauers” e foi escolhido por apresentar os indicativos propostos para o desenvolvimento deste projeto: pessoas que possuem suas profissões, estão inseridas no mercado de trabalho e estudam e produzem cerveja artesanal com o propósito de degustação.

Desta maneira este trabalho tem por objetivo compreender, através de um estudo de caso, os motivos que levaram pessoas a dedicarem-se a estudar e fabricar cerveja artesanal para degustação própria.

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

4.1 HISTÓRIA DA CERVEJA

A cerveja, também conhecida como "pão líquido" ou "a bebida divina", foi desenvolvida por volta de 10 mil anos atrás pelos povos que habitavam a região da Mesopotâmia.

O nome “pão líquido”¹ se deve porque a cerveja era produzida por padeiros. Estes, por terem uma familiaridade com os ingredientes, tais como levedura, cevada e outros cereais, deixavam a cevada de molho até germinar, em seguida esta era moída e moldadas em bolos. Estes bolos eram assados, picados e voltavam à água e deixados para fermentar (CRUZ *et al*, 2008).

A cerveja esteve presente nas leis do código de Hammurabi². Houve duas referências sobre ela: a primeira foi como forma de pagamento para o serviço prestado. Dependendo do seu cargo o trabalhador ganhava em torno de três a cinco litros por dia da bebida. A segunda foi em relação aos que se dedicavam a produzi-la. Caso produzissem uma cerveja ruim, eram severamente punidos com morte por afogamento.

A cerveja também foi recomendada para gestantes por muitos médicos no século XII a. C., pois acreditava-se que o consumo da bebida ajudava no processo produção de leite para a amamentação (Laranjeira e Pinsky, 1997).

Foi no Egito³ que a fabricação de cerveja começou a ficar mais sofisticada, pois os egípcios começaram a incrementar ervas aromáticas, mel e também frutas no momento de preparo da bebida. Nessa época, o “pão líquido” se transformou em uma cerveja mais parecida da que conhecemos hoje em dia, ficando mais escura e forte.

¹ Essa cerveja rudimentar se chama Bouza e é produzida até os dias de hoje.

² Conjunto de leis criadas na Mesopotâmia, por volta do século XVIII a.C, pelo rei Hamurabi da primeira dinastia babilônica.

³ Foi no Egito que foi encontrada a cervejaria mais antiga do mundo, sendo datada de 5400 a.C.

A cerveja chegou ao Ocidente junto com o avanço do povo trácio⁴, e era muito respeitada, sendo considerada divina por causa de suas propriedades sobrenaturais. O avanço da produção e consumo se alastrou para os povos celtas⁵ e germânicos⁶ e aumentou durante a Expansão do Império Romano.

Foi após o contato entre os germânicos e o Império Romano que a cerveja ganhou esse nome. Ela, então, foi batizada pelos latinos de *cerevisia* ou *cervisia*. Esse nome foi dado em homenagem à Ceres, deusa da colheita. De acordo com Cruz (2008), a cerveja era produzida em vinícolas que tinham dificuldades na fabricação de vinhos.

Na Idade Média, o consumo da cerveja aumentou, junto com a sua qualidade. Este crescimento se deu por parte dos mosteiros, onde os monges aperfeiçoaram as técnicas de produção. Uma dessas técnicas de inovação foi a adição de lúpulo na receita, acentuando seu sabor amargo e o seu aroma.

Nos mosteiros o consumo da cerveja era alto por causa de dois motivos: Primeiro, os monges faziam jejum no qual não podiam se alimentar de comida sólida. Então eles bebiam cerveja para aliviar os sintomas da abstinência. Alguns monges foram autorizados a beber até 5 litros de cerveja por dia. O segundo motivo era que a água daquela época era muito suja e o processo de fabricação a purificava, pois passava por um período de fervura e de fermentação, e, no fim do processo, a presença do álcool ajudava a eliminar a maior parte dos agentes patológicos da água (CASARIN, 2014). Nessa época, a cerveja ainda era usada como medicamento, e seu consumo estava intimamente ligado ao bem-estar e à saúde. Segundo Casarin (2014, s/pg):

⁴ Povo indo-europeu, habitante da Trácia e regiões adjacentes (territórios dos estados modernos da Bulgária, Romênia, Moldávia, nordeste da Grécia, Turquia Europeia e noroeste da Turquia Asiática, leste da Sérvia e partes da Macedônia)

⁵ É a designação dada a um conjunto de povos (um etnónimo), organizados em múltiplas tribos e pertencentes à família linguística indo-europeia que se espalhou pela maior parte do Oeste da Europa a partir do segundo milénio a.C.

⁶ São um grupo etno-linguístico indo-europeu originário do norte da Europa e identificado pelo uso das línguas indo-europeias germânicas que se diversificaram do proto-germânico durante a Idade do Ferro pré-românica.

Pesquisas recentes apontam que ossadas com mais de 3 mil anos apresentam doses consideráveis de tetraciclina, antibiótico descoberto oficialmente apenas em 1948. Para que a substância ainda permaneça nesses ossos, ela precisaria ter sido consumida em grandes quantidades e durante um longo período. Cientistas deduziram, então, que deveria fazer parte de algum produto pertencente à dieta cotidiana. A partir de pesquisas baseadas em alimentos da época, concluíram que o único lugar de onde a tetraciclina poderia vir seria da cerveja. Era a bebida já servindo como remédio – não só da alma, mas do corpo – , tanto que o grego Dioscórides, que viveu de 40 a 90 e é considerado o pai da farmacologia, costumava receita-la para seus pacientes.

Os monges distribuíam cerveja de graça para todos, inclusive crianças, para evitar casos de cólera e tifo. Porém essa prática teve um fim, já que a Igreja tinha se tornado uma concorrente desleal para os cervejeiros que ganhavam a vida com a venda de seus produtos artesanais.

A fabricação de cerveja foi se tornando cada vez menos caseira e cada vez mais profissional, até que no século XII apareceram as primeiras pequenas fábricas de cerveja. No século XVI houve um grande pico na produção da bebida, tendo muitos ingredientes à disposição dos mestres cervejeiros, tais como folhas de pinheiro e cerejas silvestres. Foi nesse momento que o duque Guilherme IV, da Baviera, com a intenção de fiscalizar a qualidade da cerveja, criou a *Reinheitsgebot* (a Lei da pureza da Cerveja), em 1514, da qual dizia que a cerveja só poderia ser produzida com cevada, lúpulo e água.

Nas Américas, já existia uma versão indígena da cerveja, da qual era feita com milho. Logo depois da chegada dos ingleses, a cerveja como conhecemos hoje foi introduzida pelos colonos. Especificamente no Brasil, as bebidas mais consumidas eram a cachaça e o vinho. Giorgi (2015) afirmou que a cerveja, como a conhecemos, foi trazida ao país durante a ocupação de Pernambuco, pelos holandeses, no século XVII. Após a expulsão dos mesmos a bebida ficou praticamente esquecida pelos os que viviam aqui.

Com a vinda da família real portuguesa para o Brasil no ano de 1808 e a abertura dos portos às nações que eram amigas, a cerveja começou a ser novamente consumida pelas pessoas que habitavam no país (GIORGI, 2015). Imigrantes, a partir do século XIX, tentaram também produzir a cerveja quando aqui se alocaram, e “é válido relatar que a primeira propaganda de uma

cerveja fabricada no Brasil que se tem conhecimento foi publicada no Jornal do Comércio do Rio de Janeiro ainda no ano de 1836” (GIORGI, 2015, p.102).

Houve, naquele momento, a fundação de apenas três fábricas: Imperial Fábrica de Cerveja e Águas Minerais de Augusto Kremer & Cia., Imperial Fábrica de Cerveja Nacional e Cervejaria Germânia, todas localizadas no município de Juiz de Fora no Estado do Mato Grosso, entres os anos de 1860 e 1866.

A partir do final do império, 1888, o quadro cervejeiro do Brasil iniciou com a criação de duas indústrias, a Companhia Antartica Paulista e a Manufactura de Cerveja e Brahma Villiger & Companhia. As duas, durante o século seguinte, século XX, abriram filiais em todo o território nacional e passaram a ter o controle da produção e do mercado de cerveja. No ano de 1999, ocorreu a “a fusão entre as colossais Brahma e Antartica, formando a AmBev – Companhia de Bebidas das Américas, naquela altura a quinta maior empresa de bebidas do mundo” e “novos acordos internacionais aconteceram envolvendo a empresa acima citada, o que acaba por torná-la parte do maior conglomerado cervejeiro do mundo na atualidade, a Anheuser-Busch Inbev” (GIORGI, 2015, p.102).

Contudo, estudos apontam que principalmente a partir da virada para os anos 2000, houve um fenômeno no Brasil intimamente ligado a um “renascimento cervejeiro”. Também “observado nos Estados Unidos e em partes da Europa e que vem alterando o mercado da cerveja nacional, e, juntamente, a própria percepção que as pessoas têm sobre a bebida: o surgimento e rápido crescimento da produção e do consumo de “cervejas artesanais” (GIORGI, 2015, p.102).

A popularização da cerveja artesanal se deve principalmente ao movimento da cultura cervejeira. Esta atividade proporciona a interação dos consumidores e produtores com seus amigos e familiares, assim essa ação acaba dando origem a uma diferenciação entre o produto artesanal e o industrializado. Além disso, nem todos os que se dedicam a produzir a bebida colocam o produto no mercado, pois, para estes a fabricação é realizada apenas para a degustação própria. O consumo de cervejas artesanais ainda é menor ao se estabelecer uma comparação com a cerveja industrial, pelo motivo da primeira estar vinculada a um público pequeno e restrito (GIORGI, 2015).

5 METODOLOGIA DA PESQUISA

Inicialmente foi realizado uma revisão bibliográfica a partir das plataformas de buscas por artigos: Google Acadêmico e Scielo sobre o tema. A pesquisa teve como a intenção compreender a trajetória da produção da cerveja.

Em seguida foi enviado um questionário objetivo, o qual está presente em anexo, e aplicado em um grupo, indicado pelo professor Fábio Longo Moura, o grupo quantia quarenta e nove pessoas onde vinte e duas responderam, essas atualmente possuem suas profissões e dedicam parte de seu tempo a fabricação da cerveja artesanal para fins de degustação, os entrevistados fizeram o mesmo curso com a duração sendo menos de um ano. O mesmo foi enviado por um link ao grupo e executado através da plataforma de formulários do Google, para que fosse de um rápido acesso aos entrevistados propostos.

Posteriormente as respostas foram tabuladas e analisadas, foi realizado também a produção de gráficos para explicitar a pesquisa realizada neste estudo de caso proposto pelo presente trabalho.

6 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Durante a realização do projeto foi disposto o questionário a quarenta e nove pessoas, das quais, vinte e duas responderam. Os indivíduos que compõem o grupo são de ambos os sexos, porém apresentando uma diferença notável entre os dois, conforme gráfico exposto abaixo.

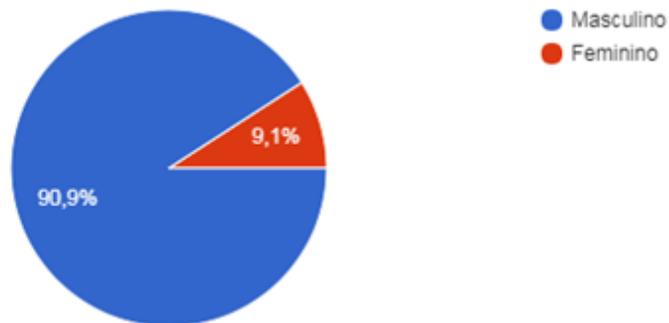


Figura 1: Gráfico do percentual de entrevistados de cada sexo.

Dentre os entrevistados 90,9%, ou seja, vinte são do sexo masculino e 9,1% sendo duas do sexo feminino. Isto demonstra que no crescimento ramo de fabricação e produção de cerveja artesanal, neste grupo, é mais fortemente praticado por homens, levando a entender que as mulheres ainda estão começando a entrar de fato nessa atividade.

Ao ser questionado se a produção da cerveja artesanal vinha de uma tradição familiar, foi obtido as respostas presente na Figura 2, na qual é indicado que a fabricação da mesma é algo que em proporção menor se trata de uma tradição familiar.

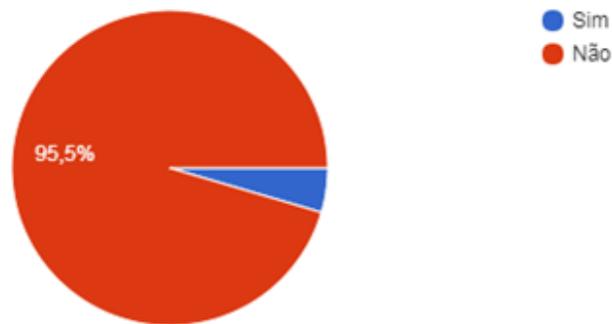


Figura 2: Percentual de pessoas com tradição familiar de produção da cerveja artesanal.

A faixa etária que produz a cerveja artesanal neste grupo inicia aos vinte anos indo até a mais de cinquenta anos. No estudo realizado nenhum entrevistado possuía menos de vinte anos, entretanto uma grande parte possuía entre vinte e vinte e nove anos (36,4%). A popularidade da prática diminui proporcionalmente ao aumento da idade, conforme observado na figura 3, onde vemos que as faixas etárias de trinta a trinta e nove anos (27,3%) e quarenta a quarenta e nove (27,3%) apresentam um público menor. Essa diferença é ainda maior quando comparada a faixa de mais de cinquenta anos (9,1%). Isso leva a compreender que a fabricação, apesar de ser mais popular entre os mais jovens, não é algo que conquistou a atenção de uma faixa etária específica, mas sim de um público diverso.

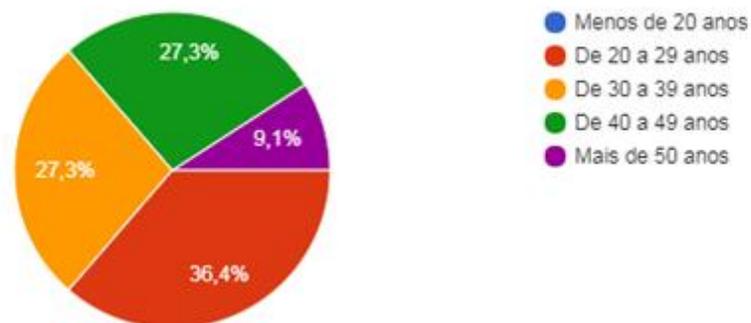


Figura 3: Gráfico percentual da idade dos fabricantes de cerveja artesanal.

A renda média dos entrevistados varia de até dois mil reais (4,6%) indo até mais de cinco mil reais (45,5%), contemplando também a faixa de dois mil e três mil reais (22,7%), a de três mil a quatro mil reais (13,6%) e a de quatro mil a cinco mil reais (13,6%). Esses resultados revelam uma provável demanda elevada de recursos financeiros. Contudo a produção não se limita aos que possuem um maior poder aquisitivo, o que é um indicativo do porquê as formações de grupos para a produção da cerveja artesanal.



Figura 4: Percentual da renda média dos entrevistados.

Foi compreendido que os participantes não são leigos, visto que uma parte considerável cursou a graduação (31,8%) e pós graduação (36,4%), sendo que o restante tem pelo menos o ensino médio completo (31,8%).

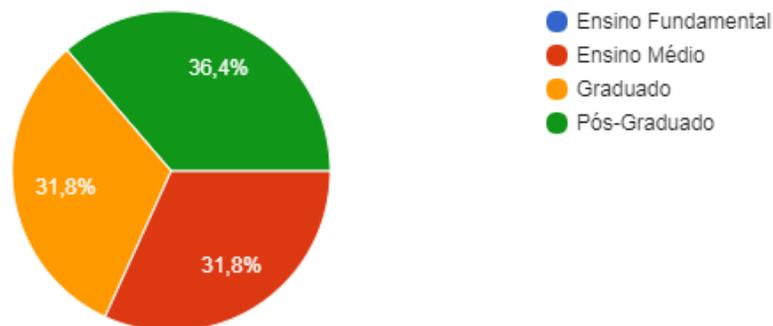


Figura 5: Formação acadêmica dos entrevistados.

Quando foi questionado o principal motivo para a fabricação da cerveja foi obtido respostas presentes na figura 5 onde 22,7% fabricam para empreendimento e 77,3% para recreação. Com isso os mesmos afirmam que costumam realizar a atividade principalmente com amigos, resposta essa que corrobora com o resultado da questão sobre empreendimento x recreação, como mostra a figura 6.

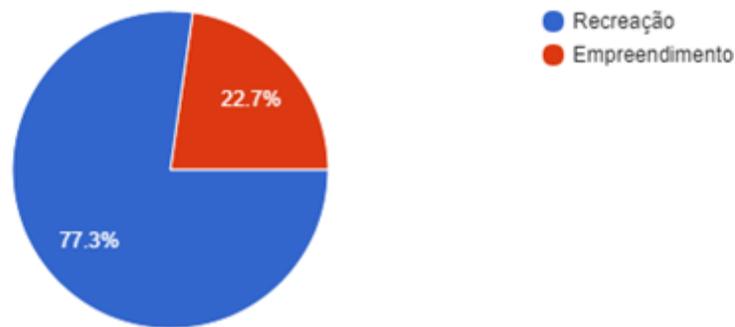


Figura 6: Percentual do motivo da fabricação de cerveja.

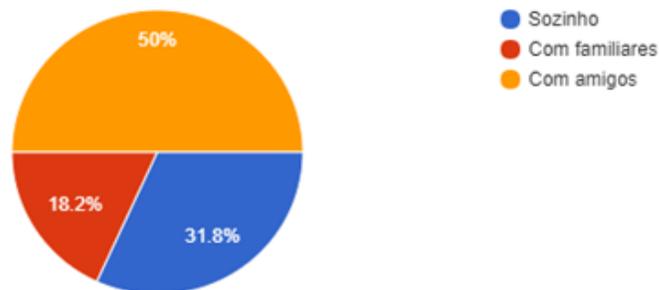


Figura 7: Percentual de produtores que realizam a produção de cerveja artesanal com companhias

Na figura 8 é visto que para a produção exige uma maior taxa de tempo, sendo que os produtores optam por realizar tal processo mensalmente.

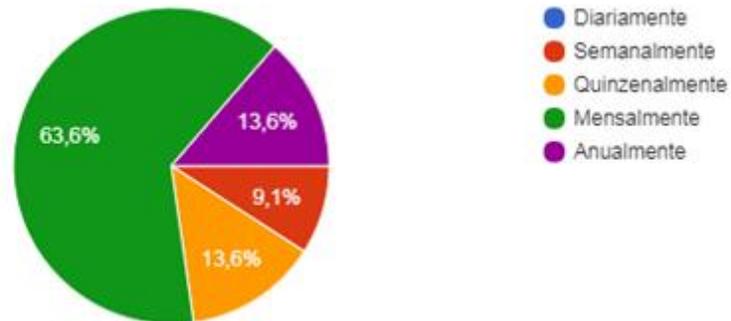


Figura 8: Percentual do período de fabricação da cerveja artesanal.

Após a coleta e análise desses dados pode-se determinar que grande parte tem a mesma perspectiva da fundamentação para a criação artesanal da cerveja, onde para isso os mesmos têm uma formação na área para ter o conhecimento para produzi-la com o intuito de ser consumida pelos mesmos, junto a família e amigos.

7 CONCLUSÃO

O estudo de caso indicou, através das perguntas do questionário, os seguintes resultados: pode-se notar que a grande maioria que demonstra interesse na produção de cerveja artesanal são homens com uma renda mensal média-alta. Apesar de haverem casos específicos, o objetivo de tanto investimento não era a tradição familiar, mas sim, de se reunir com os amigos e familiares com o fim do divertimento entre os mesmos.

Tal prática requer um grande gasto de tempo e dinheiro, do qual poderia ser recompensado através da venda, assim que a mesma gerasse lucros. Porém, como observado, a grande maioria produz cerveja artesanal apenas por recreação. Mas por que praticar algo que com grande gastos de recursos apenas por recreação? Porque a interação entre os entes queridos fazem com que a prática tenha o seu próprio valor sentimental quando os gastos e o produto final é compartilhado entre eles. Sendo algo que mesmo que e necessite de muito tempo e dinheiro, valha a pena no final das contas.

Observou-se também que nenhum dos entrevistados têm menos de 20 anos de idade. Isso se dá ao fato de que o quem fez o curso, começou apenas depois do ensino médio, logo, a grande maioria que se dedica a produção de cerveja a já tinham certa graduação e também tinham um maior poder aquisitivo.

REFERÊNCIAS

CASARIN, R. **Saiba Como a Cerveja Ajudou o Desenvolvimento Humano Através dos Séculos**. 2014. Acesso: 05 de abril de 2017

CRUZ, I.; PINHEIRO, J.; AMORIM, S.; KUGLIN, V. **Produção de Cerveja**. Florianópolis, 2008. Acesso: 05 de abril de 2017.

ESCOHOTADO, A. **La historia Elemental de lãs drogas**. Barcelona: Anagrana, 1996. Acesso: 15 de abril de 2017.

GIORGI, V. **“Cultos em cerveja”:** discursos sobre a cerveja artesanal no Brasil. Universidade Federal de Uberlândia, 2015. Acesso: 07 de maio de 2017.

LARANJEIRA, R.; PINSKY, I. **Alcoolismo**. São Paulo: Editora Contexto, 1997. Acesso: 22 de abril de 2017.

PEREIRA, L. **Reinheitsgebot: Uma Análise Histórica Sobre a Lei de Pureza da Cerveja (1516) e Sua Influência Política e Legislativa na Alemanha e no Ordenamento Jurídico Brasileiro**. Criciúma, 2015. Acesso 26 de abril de 2017.

PINSKY, I. **Publicidade de bebidas alcoólicas e os jovens**. São Paulo: FAPESP, 2009. Acesso: 23 de abril de 2017.

SOUZA, R. **Cachaça, Vinho e Cerveja: da Colônia ao Século XX**. Rio de Janeiro, 2004. Acesso: 26 de abril de 2017.

APÊNDICE

Perfil do mestre cervejeiro

Este é um formulário desenvolvido por um grupo de estudantes do Instituto Federal Catarinense-Campus Araquari. E tem como foco a coleta de dados para o PIC (Projeto de Iniciação Científica), que tem como objetivo analisar e compreender o motivo pelo qual pessoas investem tempo e dinheiro para a produção de cerveja artesanal.

*Obrigatório

Nome completo

Sua resposta

Sexo *

- Masculino
- Feminino

Qual sua faixa etária *

- Menos de 20 anos
- De 20 a 29 anos
- De 30 a 39 anos
- De 40 a 49 anos
- Mais de 50 anos

Em qual estado você mora? *

Escolher ▼

Formação acadêmica *

- Ensino Fundamental
- Ensino Médio
- Graduado
- Pós-Graduado

Renda média *

- Até R\$2000,00 (inclusive)
- De R\$2000.00 a R\$3000.00 (Inclusive)
- De R\$3000,00 a R\$4000,00 (Inclusive)
- De R\$4000 a R\$5000,00 (Inclusive)
- Acima de R\$5000,00

Estado civil *

- Solteiro (a)
- Casado (a)
- Divorciado (a)
- Viúvo (a)
- Outros

Motivo principal para fabricação de cerveja *

- Recreação
- Empreendimento

Com qual frequência você produz cerveja? *

- Diariamente
- Semanalmente
- Quinzenalmente
- Mensalmente
- Anualmente

Você costuma fabricar cerveja: *

- Sozinho
- Com familiares
- Com amigos

A fabricação artesanal de cerveja vem de uma tradição familiar?
*

- Sim
- Não