

## ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE CERVEJAS ARTESANAIS

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF SCIENTIFIC PRODUCTION ON ARTISAN BEERS

Recebido em 01.09.2022 Aprovado em 19.09.2022

Avaliado pelo sistema double blind review

DOI: <https://doi.org/10.32888/cge.v10i2.55796>

**Tatiele da Silva dos Santos**

[tatiele-santos@uergs.edu.br](mailto:tatiele-santos@uergs.edu.br)

Unidade em Caxias do Sul/Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – Caxias do Sul/RS, Brasil

<https://orcid.org/0000-0001-8344-5301>

**Eléia Righi**

[eleia-righi@uergs.edu.br](mailto:eleia-righi@uergs.edu.br)

Unidade em Caxias do Sul /Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – Caxias do Sul/RS, Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2766-8719>

**Betina Magalhães Bitencourt**

[betina-bitencourt@uergs.edu.br](mailto:betina-bitencourt@uergs.edu.br)

Unidade em Caxias do Sul /Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – Caxias do Sul/RS, Brasil

<https://orcid.org/0000-0002-6830-8429>

### Resumo

O mercado de cervejas artesanais tem se mostrado bastante promissor, com crescimento ao longo dos anos. Neste sentido, o objetivo geral desse trabalho foi organizar uma análise bibliométrica sobre cervejas artesanais. Na metodologia, foram utilizadas produções científicas publicadas em periódicos presentes na base de dados e limitados pela categoria “*beer*” (cerveja) – Capes Cafe (1990 a 2022). Em relação aos resultados, dentro dos 36 artigos encontrados na série história, apenas 13 artigos foram encontrados na categoria “*beer*” e todos foram analisados. Demonstrando, assim, que esse mercado ainda precisa ser consolidado no Brasil.

**Palavras-chave:** Cerveja Artesanal. *Beer*. Análise Bibliométrica.

### Abstract

The craft beer market has been very promising, with growth over the years. In this sense, the general objective of this work was to organize a bibliometric analysis on craft beers. In the methodology, scientific productions published in journals present in the database and limited by the category “*beer*” - Capes Cafe (1990 to 2022) were used. Regarding the results, among the 36 articles found in the history series, only 13 articles were found in the “*beer*” category, and all were analyzed. Thus demonstrating that this market still needs to be consolidated in Brazil.

**Keywords:** Craft Beer. Beer. Bibliometric Analysis.

## Introdução

O Brasil possui um mercado cervejeiro crescente, conforme registros do ano de 2017, o número total de cervejarias legalmente instaladas no Brasil chegou a 679 estabelecimentos (MAPA, 2018). No ano de 2018, houve 210 novas fábricas registradas. Com esses números, temos a marca de, aproximadamente, a cada dois dias uma cervejaria abrindo as portas no Brasil. Ao final de 2018, o total chegou a 889 cervejarias (MAPA, 2019).

O estado que apresenta maior número de cervejarias é São Paulo (241 estabelecimentos) que ultrapassou o Rio Grande do Sul (236 estabelecimentos) do último levantamento para o de 2019, seguidos de Minas Gerais, Santa Catarina e Paraná com acima das cem cervejarias cada. Os municípios que possuem as maiores concentrações de cervejarias ainda se mantêm nas áreas Sul-Sudeste (MAPA, 2019).

No ano de 2020, a concentração de cervejarias na região Sul-Sudeste se manteve e continuou crescendo: concentração de 85,6%. O Rio Grande do Sul ficou em segundo lugar, com 258 cervejarias registradas, crescimento médio de 22,4% (MAPA, 2021).

A cerveja artesanal por ser feita em pequena escala, utiliza-se ingredientes mais selecionados para atender consumidores exigentes, como o malte, lúpulo, água e levedura. Não tem conservantes e ingredientes químicos, além disso, dependendo da tosta, tipos de leveduras e lúpulo, essa cerveja pode ser única, ou seja, não terá outra com o mesmo aroma e sabor. Nesse caso, a qualidade é primordial deixando de lado a quantidade, sendo diferente com a cerveja tradicional que é em grande escala e nem sempre a qualidade vai prevalecer.

Isso acontece porque as cervejarias artesanais e independentes, que não têm relação com grupos econômicos nacionais e internacionais, estão conscientizando o consumidor sobre a degustação da bebida, além de contribuírem para a cultura gastronômica local (ABRACERVA, 2018). Um elemento central do trabalho dos produtores de bebidas artesanais é a organização do valor cultural e a participação em atos comunicativos e performativos que atribuem esse valor aos produtos e às pessoas envolvidas na sua fabricação (THURNELL-READ, 2019).

A principal motivação para o consumo da cerveja artesanal é a busca da autenticidade, novas experiências sensoriais e seus atributos funcionais (VALENTIM *et al.*, 2021). Deste modo, a diversidade que caracteriza a Serra Gaúcha (RS) moldou paisagens distintas, repletas de significados particulares expressos através do sistema de codificação que orienta cada grupo étnico, ao mesmo tempo em que integra e divulga suas culturas, principalmente ao se considerar as festividades, a música, as danças típicas e a gastronomia (NETO; BEZZI, 2009). Esses códigos culturais têm se salientado atualmente, em virtude da valorização da “marca” cultural, que serve como atrativo turístico e, ao mesmo tempo em que promove o desenvolvimento econômico, serve como difusor de costumes, formando a simbologia cultural popular (NETO; BEZZI, 2009).

Um estudo realizado em Londres, por Wallace (2019), sugere que a “autenticação” de meios de subsistência, gostos e lugares através da promessa tática de “artesanal” não pode ser dissociada de padrões de estratificação socioespacial e crescente precariedade. Lançando dúvidas sobre qualquer economia urbana “criativa” que se mova nessa direção (WALLACE, 2019). Neste sentido, este estudo objetivou organizar uma análise bibliométrica sobre cervejas artesanais, em função do seu grande crescimento nas últimas décadas e de tudo o que envolve este meio da produção artesanal de cervejas.

Portanto, a escolha deste tema ocorreu em função de que embora a produção nacional de cervejas artesanais, sobretudo na região da Serra Gaúcha, seja crescente, a produção acadêmica sobre o tema parece ainda ser incipiente. Para tanto, buscou-se organizar esta meta-análise com o intuito de mapear tais publicações na linha do tempo, além de realizar uma revisão dos temas dos trabalhos mais recentes. A seguir, encontra-se o referencial teórico que embasou este estudo, assim como os procedimentos metodológicos, os resultados encontrados e as considerações finais.

## Referencial Teórico

Um produto alimentar é autêntico se a sua descrição comercial está de acordo com a composição e as características do produto, podendo ser certificados através da rotulagem e de métodos analíticos objetivos. As questões associadas à autenticidade são inúmeras e estão relacionadas com a substituição ou adição de ingredientes deliberadamente pelo produtor, pelo uso de alegações errôneas nomeadamente espécies animais ou vegetais, ou mesmo até a raça utilizada, a região de origem, a tecnologia envolvida e qualquer adição de ingredientes não rotulados no produto alimentar (COUTO, 2019).

A autenticidade está correlacionada aos sentimentos de descobertas e curiosidades existentes nos diferentes perfis cervejeiros que são atraídos muito mais pela possibilidade de experimentar e descobrir sensações e experiências inéditas do que pela qualidade do produto. Um exemplo disso é de que além dos produtos mais habituais, as cervejas adicionadas de frutas estão ficando mais populares em todo o mundo, respondendo às exigências por novas sensações gustativas, olfativas e visuais do consumidor. Um outro adjunto interessante que pode ser utilizado na fabricação de cervejas é a hortelã, que contém como principais componentes químicos, os óleos essenciais, flavonoides, tanino e resina. O ato de consumir pode ser considerado como fator fundamental na construção da identidade social dos apreciadores de cervejas artesanais (SILVA, 2021).

Sendo assim, as cervejarias artesanais exploram maneiras pelas quais a autenticidade é narrada como parte de um esforço contínuo para agregar valor aos seus produtos e aos contextos de sua produção. A identificação das cervejarias artesanais na Serra Gaúcha se baseia na incorporação de valores como criatividade, tradição e localidade que servem para criar nichos de mercados constituídos na comunidade, para que dessa maneira os consumidores avaliem a cerveja como autêntica, caracterizando o fenômeno socialmente construído, visto que o que torna percebido e rotulado como “autêntico” traz consigo um tipo quase sagrado de interpretação cultural que transmite valor (FERREIRA *et al.*, 2019).

Nos últimos anos, a qualidade e a autenticidade têm sido as maiores exigências dos consumidores perante os produtos alimentares, tendo os consumidores aumentado a procura de produtos com qualidade. Não só em termos de questões associadas à segurança alimentar, mas também à rastreabilidade e autenticidade, principalmente devido às fraudes existentes no setor alimentar (COUTO, 2019).

O ressurgimento do interesse pela ideia de artesanal restabelece ainda as conexões e compromissos entre produtos, consumidores e produtores. Esses produtos fazem promessas de levar ao consumidor as características relacionadas ao sabor, qualidade, tradição e sociabilidade (COPE, 2014). Além do trabalho através do qual são elaborados com cuidado, habilidade e paixão, em particular (SENNETT, 2008). Entretanto, na maioria dos casos, os problemas relacionados à autenticidade não estão associados às questões de saúde pública, mas sim à fraude deliberada e à intenção de vender um produto inferior como autêntico (COUTO, 2019).

O mercado de cervejas artesanais é altamente competitivo devido à crescente quantidade de novos negócios nos últimos anos com rótulos, sabores e estratégias diferenciadas. Assim, tendem a se concentrar no criador e em sua interpretação do processo de fabricação de objetos intangíveis e tangíveis, notados por sua riqueza e qualidade. Da mesma forma, os produtores elevam seus produtos por meio de suas interações com os clientes e abrem suas portas para curiosos por meio de passeios formais e informais, além de degustações guiadas no local (OCEJO, 2017).

Por ser realizada em pequena escala, a produção cervejeira traz consigo um caráter de exclusividade e este caráter de exclusividade está vinculado ao caráter histórico da Serra Gaúcha que se torna imperativo no que diz respeito à caracterização visual das cervejarias, desde a arquitetura rústica e afetiva presente nas fábricas, até a versatilidade de produtos feitos a partir das cervejas artesanais. Sua autenticidade é divulgada através de ingredientes utilizados nas receitas e do nome da marca, que identifica a etnia dos proprietários (NETO; BEZZI, 2009), estabelecendo um vínculo de ligação identitária com o produto, ou seja, criam laços simbólicos-culturais com a elaboração da cerveja na tentativa de reconstruir experiências anteriormente vividas (DUARTE *et al.*, 2020).

A valorização do rural (ou artesanal) pode ser interpretada como uma possibilidade de valorizar um momento em que os riscos não existiam ou eram fabricados ou imprevisíveis, em uma época em que os gêneros alimentícios eram produzidos no ambiente doméstico e, assim, conhecidos. Tanto no que se refere aos mercados informais como, principalmente, no que diz respeito às agroindústrias formalizadas, a inserção de produtos no mercado é, em grande medida, decorrência da valorização crescente do atributo “tradição”, comum em qualquer um dos casos (CRUZ, 2020).

Ao se considerar o consumo como prática econômica e individual, perdem-se as distinções simbólicas existentes no ato, desvalorizando todo o complexo sistema cultural da sociedade vigente. Em comparação aos consumidores das cervejas industriais, os apreciadores de cervejas artesanais apresentam maior interesse pela história do produto, procuram entender mais sobre os ingredientes e sua produção, buscando conhecimento no que concerne à degustação e à harmonização (MENEZES *et al.*, 2020).

De acordo com Luz (2020), o território em que uma cervejaria de pequeno porte está instalada pode ser conceituado como espaço-plataforma por apresentar características que se assemelham a este conceito. Bortnowska *et al.* (2012) destacam quanto ao efeito multiplicador das festas gastronômicas na Serra Gaúcha, que parecem moldar um padrão de sustentação importante, visando manter a cultura por meio da alimentação de determinada região. Na realidade a possibilidade de ‘vivenciar’ outras culturas por meio da alimentação pode expor os dois lados da moeda, sendo o lado positivo a manutenção da tradição representada pelos pratos típicos da gastronomia regional, melhoria nos indicadores econômicos da região pela inserção de mão de obra no mercado e por alavancar outras possibilidades de ganhos para a população local, pois haverá um maior consumo no comércio local e aumento da ocupação dos meios de hospedagem da região.

Porém, é preciso salientar também os possíveis aspectos negativos, como a perda de identidade dos pratos típicos pelas adaptações de matéria-prima ou no modo de preparo, e a possibilidade de degradações ambientais que podem colocar em risco a sustentabilidade da região (BORTNOWSKA *et al.*, 2012). Assim, para configurar a evolução da produção cervejeira atual, Marcusso (2021) explica que se deve fomentar o uso de ingredientes essenciais de origem nacional para, aos poucos, edificar o *terroir* brasileiro para produção de cerveja. Um exemplo da busca pela autonomia e autenticidade é o uso de leveduras nacionais, as quais já foram isoladas para produção de vinho na década de 1980, mas para cerveja somente recentemente houve avanços nesse sentido.

Como consequência, é possível almejar a formação de uma escola de cerveja através da criação de estilos de cerveja próprios da Serra Gaúcha, com a utilização de ingredientes originários e com o desenvolvimento da produção da matéria-prima como o lúpulo, que já vem sendo cultivado. Este desafio é reforçado pela *Brewers Association*, que informa a catalogação de apenas um estilo nacional, denominado *Catharina Sour*, uma cerveja de acidez láctea, à base de trigo com frutas brasileiras, não credenciando ainda o Brasil a sediar uma escola de cerveja (MARCUSO, 2021).

Outra possibilidade que envolve o fator autenticidade é quanto ao turismo de base comunitária, destacado por Cardoso (2020), caracterizado como um atributo de autenticidade em experiências, principalmente por ser relacionado à fatores de diferenciação e competitividade no mercado global. Tornando-o, assim, um nicho promissor a longo prazo, com uma gestão eficiente e equipe multidisciplinar com a responsabilidade técnica necessária para desenvolver um produto de qualidade (CARDOSO, 2020).

O termo autêntico tem suas raízes dos princípios da identidade, porém se confunde muito com outros conceitos, como originalidade e integridade, e isto ocorre independentemente do grau de experiência do observador ou consumidor. Dessa forma, sendo mais ou menos uniforme e homogênea a percepção acerca da autenticidade do produto, que não trata aquilo que é original como aquilo que está na origem e aquilo que é íntegro como algo que está completo em si (SANTOS DANTAS, 2021).

Com o passar do tempo, o processo de escolha tornou-se mais complexo para o consumidor, fazendo com que eles sintam a necessidade de otimizá-lo. Com todo o cenário competitivo atual e a exigência dos consumidores, as empresas estão passando por desafios estratégicos sobre como concorrer no mercado, como ganhar a atenção dos clientes e diferenciarem-se. Neste cenário o marketing se tornou uma importante ferramenta aos empreendedores, ao construir uma identidade, um sentido do “quem somos” e, por consequência, receber a identificação dos públicos (PACHECO, 2020).

Quanto à percepção de autenticidade das cervejas artesanais por parte dos consumidores, Ferreira *et al.* (2019) explicam que para aqueles que percebem mudança na autenticidade das cervejas artesanais é possível trabalhar os aspectos artesanais da produção e sua ligação histórica vinculada à localidade em que é produzida e da história que o produto carrega.

Conforme descrito por Veiros (2005), não existe melhor forma de designar um produto, famoso graças ao seu território e aos segredos da sua elaboração, do que pelo próprio nome do local que o originou. Depois do nome geográfico, do território, dos usos e segredos tradicionais, aparece o conceito de qualidade. Este abrange, por um lado, a questão regulamentar, definida pelas proporções dos constituintes, associada à determinadas técnicas, e por outro, à questão dos aspectos organolépticos, apreciados pelos consumidores. Manter no mercado um espaço reservado aos produtos tradicionais, dignos da confiança dos consumidores, ainda que mais caros, é lutar contra a tendência atual de centralização das sociedades e contra a falta de interesse pela genuinidade e autenticidade dos produtos da sua cultura local.

A Serra Gaúcha, no Rio Grande do Sul, soube aproveitar um cenário que se apresentava propício para a criação das cervejarias artesanais, tendo como base o vínculo de marcas consolidadas na região, as quais agregaram valor e aumento de lucratividade a partir de uma estrutura pré-existente. Esta foi adaptada para a produção cervejeira e esses fatores reiteram a autenticidade do segmento na região, auxiliando para que a memória se perpetue por muitas gerações. Tendo em vista que o mercado cervejeiro nacional é concentrado em quatro grandes companhias cervejeiras, a Serra Gaúcha demonstrou enorme potencial criativo e empreendedor ao iniciar seu ciclo no mercado cervejeiro artesanal, com muito potencial a ser desenvolvido.

## Procedimentos Metodológicos

A construção metodológica proposta para este estudo utiliza-se de técnicas de análise bibliométrica, que se propõem a mensurar e analisar a produção científica do tema, bem como a sua relevância e a forma como se reproduz na pesquisa acadêmica, conduzindo caminhos e estratégias para trabalhos futuros. Estudos desta monta são também descritos como meta-análises (MELO; ANDREASSI, 2010; BALESTRIN; VERSCHOORE; REYES, 2010).

A construção de uma pesquisa de bibliometria se forma por meio de quatro estágios importantes, sobressalentes à fase de formulação do objetivo de pesquisa: a escolha da base teórica, avaliação da coleta de dados, análise e interpretação dos dados e a conformação dos resultados. O estudo se desenvolve dentro da abrangência das leis que formam os estudos de forma padronizada, criadas por três pesquisadores que se destacaram por suas importantes descobertas, Bradford, Zipf e Lotka, sendo, assim, as mais reconhecidas e amplamente utilizadas e correlacionadas à produtividade científica (GUARIDO FILHO; MACHADO-DA-SILVA; GONÇALVES, 2010; COOPER; LINDSAY, 1998; PRITCHARD, 1998).

Neste sentido, a bibliometria surge como uma ferramenta essencial, como destaca Pritchard (1998), para a relação das publicações científicas de um pesquisador ou instituições em determinados periódicos, gerando a medida quantitativa delas. Já a medida qualitativa se processa por meio de indicadores que inserem estudos comparativos de publicações e citações.

Este método de organização e busca é o utilizado para o estudo proposto, trazendo o apanhando de publicação sobre o tema “cerveja artesanal” da série histórica da plataforma Capes Cafe de 1990 a 2022, sendo 1990 o ano de lançamento da plataforma. Assim, este trabalho tem o intuito do mapeamento das publicações na linha do tempo, além da revisão crítica dos trabalhos mais citados e recentes.

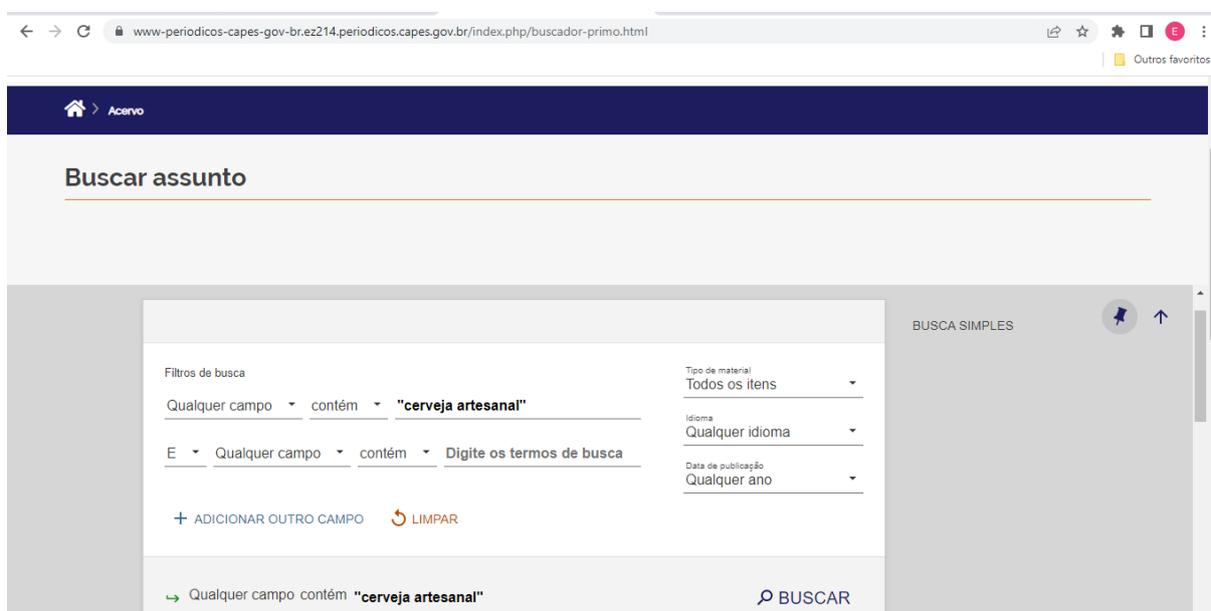
A contribuição do estudo também busca se apoiar na geração de clusters de palavras-chave, com a utilização do software *Word Cloud*, onde se torna possível visualizar e traçar análises de toda a lista de trabalhos resultantes da busca desenvolvida para este documento.

Para trazer a discussão do tema das cervejas artesanais para um cenário mais atual possível, foram utilizadas produções científicas publicadas em periódicos presentes na base de dados e limitados pela categoria “beer” (cerveja) – Capes Cafe, em virtude de ser a categoria em que mais foram encontrados trabalhos (em português e em inglês), para verificar quais são as posições que os pesquisadores têm assumido sobre o tema e para onde estão direcionando a discussão.

## Análise e Descrição dos Resultados

Considerando a série histórica da produção científica, 1990 até final de abril de 2022 na plataforma Capes Cafe, referente ao tema “cerveja artesanal”, foram encontrados 91 resultados, conforme os objetivos propostos nesta pesquisa (Figura 01). Destes 91 resultados, 36 artigos foram revisados por pares, sendo apenas estes considerados.

Figura 01 – Sistema de busca.



Fonte: Autores (2022).

Dentre os 36 artigos encontrados na série histórica da plataforma, somente 13 artigos foram encontrados na categoria “beer”, sendo apresentados no quadro 01, a seguir:

Quadro 01 - Artigos encontrados na categoria “beer”.

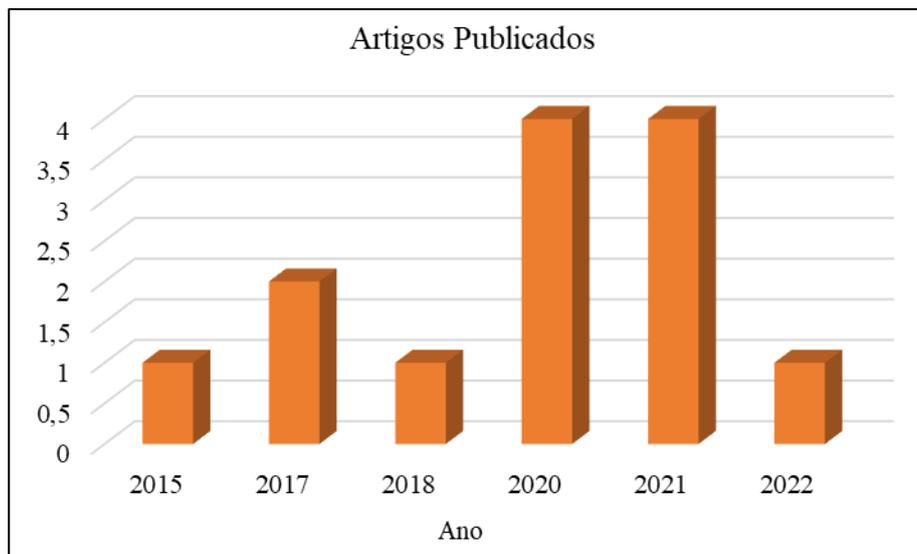
| Título  | Autores   | Fonte   | Ano  |
|---|---|---|------|
| Desenvolvimento de Cerveja Artesanal com Acerola, Malpighia emarginata DC, e Abacaxi, Ananas comosus L. Merrill | Pinto, Luan Ícaro Freitas; Cordeiro dos Santos Junior, Edilberto; Ferreira Pontes, Dorasilvia; Zambelli, Rafael Audino. | Revista verde de agroecologia e desenvolvimento sustentável | 2015 |
| Percepção dos consumidores da região metropolitana do Rio de Janeiro sobre cervejas artesanais e seus atributos | Mello, José André Villas Boas; Dourado, Jose Diamantino de Almeida; Silva, Jayme Leonam Nogueira da.                    | Globalización, competitividad y gobernabilidad              | 2017 |
| Technology, production  | Oliveira, Guilherme Rodrigues;  | Journal of  | 2017 |

|   |  |  |      |
|---|--|--|------|
| paradigm and operation: Transformation of Brazilian brewing sector  | Barcellos, Marcia Dutra de.  | Operations and Supply Chain Management                   |      |
| O mercado de cervejas artesanais em Belo Horizonte, Nova Lima e Sabará: uma análise qualitativa   | Dos Santos, Raphael Athos; Carneiro, Luciana Emirena Dos Santos; Dos Santos, Lucas Maia.   | Caderno Profissional de Marketing                        | 2018 |
| Requisitos De Produto Para Um Projeto De Cerveja Artesanal  | Villas Boas Mello, José André; Nogueira da Silva, Jayme Leonam.  | Innovar - Revista De Ciências Administrativas Y Sociales | 2020 |
| The Identity Constitution of the Craft Beer Consumer in the City of Fortaleza (Brazil)  | Menezes Filho, João; Silva, Minelle; Castelo, José.  | BBR Brazilian Business Review                            | 2020 |
| Dimensões artesanal e massificada na construção do mercado cervejeiro   | Fell, Guilherme; Dalmoro, Marlon.  | Revista de Administração de Empresas                     | 2020 |
| Reverse logistics in São Sebastião and Ilha Bela handmade breweries: advantages and challenges  | Borges, Leonardo Castilho; Macedo, Victoria Bartuciotti Hipocreme; Celestino, Orlando José de Souza.   | Independent Journal of Management & Production           | 2020 |
| Elementos que influyen en la decisión de compra de la cerveza artesanal de Tijuana, México  | Ruiz, Lino Meraz; Cruz, José Trinidad Olague De La; Tejada, Melina Ortega Pérez.   | Criterio libre   | 2021 |
| Use of <i>Hanseniaspora guilliermondii</i> and <i>Hanseniaspora opuntiae</i> to enhance the aromatic profile of beer in mixed-culture fermentation with <i>Saccharomyces cerevisiae</i> | Bourbon-Melo, Nuno; Palma, Margarida; Rocha, Miguel Pinto; Ferreira, António; Bronze, Maria Rosário; Elias, Hugo; Sá-Correia, Isabel.                            | Food Microbiology  | 2021 |
| The influence of musical song and package labeling on the acceptance and purchase intention of craft and industrial beers: A case study   | Paula, Solciaray Cardoso Soares Estefan de; Zuim, Lucas; Paula, Matheus Custódio de; Mota, Michelle Florenzano; Lima Filho, Tarcísio; Della Lucia, Suzana Maria. | Food quality and preference                              | 2021 |
| Visual expectation of craft beers in different glass shapes   | Ribeiro, Michele N; Carvalho, Iago A; Sousa, Máisa M. M; Coelho, Laura M; Rezende, Daniel C; Pinheiro, Ana C. M.   | Journal of Sensory Studies                               | 2021 |
| Empreendedorismo estratégico: exploração, exploração e ambidestria em cervejarias artesanais de Uberlândia-MG   | Silvestre, Juliane; Borges, Alex F.; Paula, Veronica A. F.   | Revista de Administração Mackenzie                       | 2022 |

Fonte: Organizado pelos autores (2022).

Ao analisar a Figura 02, percebe-se que, a partir do ano de 2015, houve um aumento relevante do número de artigos sobre o tema deste trabalho, corroborando a ideia de que a produção científica sobre o tema é recente. Tal fato pode ser explicado pelo crescente interesse de pesquisadores sobre o tema e a relevância para a sociedade. Nota-se ainda que em 2020 houve quatro publicações e o índice se manteve, com possibilidade de crescimento, observando-se que o ano corrente pode adicionar mais publicações.

Figura 02 – Ano de publicação dos artigos.



Obs.: O ano de 2022 até final de abril de 2022.

Fonte: Autores (2022).

A partir deste cenário, pode-se constatar que a produção científica focada em cervejas artesanais é crescente na busca de se produzir conhecimento sobre o tema. Somando a quantidade de autores em todos os artigos, chega-se ao total de 50, sendo um número bastante significativo. O que demonstra que os pesquisadores vêm direcionando seus trabalhos para a divulgação e análise de ferramentas e métodos que surgem, podendo ser utilizados no âmbito da cerveja artesanal para organizações e até mesmo para regiões que desejam implementar tais iniciativas.

Analisando-se a produção científica por periódicos, foi possível perceber somente um artigo por periódico neste levantamento, evidenciando que a produção científica na área é ainda bastante fragmentada. O mesmo ocorre com os autores, uma vez que não há concentração de autores nas mesmas temáticas.

Em relação às áreas abordadas, a maioria dos trabalhos, 70%, estão direcionados para a área de gestão de cadeia de suprimentos, marketing e aceitação dos produtos (prospecção de consumidores). O restante (30%) está direcionado para a qualidade do produto e para o desenvolvimento de novos produtos com um caráter sustentável.

Em relação ao total de artigos encontrados na categoria “beer” (13), pode-se ressaltar o trabalho de Mello e Silva (2020), que ressaltam que uma cerveja artesanal precisa ter aspecto encorpado, assim como qualidade no aroma e sabor do malte. Ainda, analisam que o mercado de cervejas artesanais tem se mostrado bastante promissor, com crescimento ao longo dos anos e estímulo à abertura de novos empreendimentos, tanto de produção como de comercialização desses produtos.

Pinto *et al.* (2015) desenvolveram uma cerveja artesanal com acerola e abacaxi, trazendo uma nova alternativa ao nicho de mercado, além da associação ao aumento de suas características funcionais. A utilização das polpas de abacaxi e acerola como adjuntos no processamento da cerveja mostrou-se uma alternativa viável demonstrada pelos resultados satisfatórios na avaliação sensorial, além de características físico-químicas de uma cerveja artesanal ácida/frutada.

Borges *et al.* (2020), Santos *et al.* (2018), Ribeiro *et al.*, (2021), Ruiz *et al.* (2021), Oliveira e Barcelos (2017), Fell, e Dalmoro (2020) e Menezes Filho *et al.* (2020) trouxeram o universo de logística reversa, logística, tecnologia na produção, o mercado das cervejas artesanais, empreendedorismo estratégico, decisão de compra e a construção do mercado cervejeiro. Portanto, temas voltados à gestão administrativa e tecnológica das cervejarias artesanais.

Neste ambiente administrativo, Silvestre *et al.* (2022) verificaram práticas de *exploration*, como o pioneirismo na produção local de cerveja artesanal, na criação de novos produtos e em torno do modelo de negócio adotado. Tais práticas também foram identificadas, com ações de melhoria contínua que contribuíram para o

desenvolvimento dessas empresas. A ambidestria foi observada em situações em que melhorias na produção permitiram o surgimento de novos produtos e o atendimento de novos mercados. Com isso, abre-se espaço para novas possibilidades de inovação, renovação estratégica e aumento da competitividade das cervejarias artesanais estudadas, revelando o vigor da referida abordagem para o estudo do fenômeno empreendedor.

Villas Boas Mello *et al.* (2017) investigaram a percepção do consumidor da Região Metropolitana do Rio de Janeiro (Brasil) a respeito dos atributos de cervejas artesanais consumidas na região. O estudo possibilitou identificar características de perfil dos consumidores “*heavy user*”, “*medium user*” e “*light user*”, entendendo que os atributos malte, textura e preço são os que obrigatoriamente precisam ser bem trabalhados no desenvolvimento de produto aos usuários das cervejas artesanais. Além disso, a questão da precificação também é um elemento fundamental no processo de disseminação do produto no mercado. Tais identificações podem auxiliar empreendedores a estruturarem o seu portfólio de ofertas, proporcionando diferenciais estratégicos em comparação aos concorrentes, principalmente no ambiente das cervejas artesanais dado o notório crescimento de novos entrantes, fenômeno que vem ocorrendo no Brasil.

Bourbon-Melo *et al.* (2021) estudaram que a introdução de leveduras não *Saccharomyces* no processo cervejeiro é vista como uma estratégia promissora para melhorar e diferenciar o perfil organoléptico da cerveja. Neste estudo, 17 linhagens não *Saccharomyces* de 12 espécies distintas foram isoladas e submetidas a uma avaliação sensorial preliminar para determinar seu potencial de bioaromatização de cerveja. Esses achados destacam a importância de leveduras não *Saccharomyces* na formação do perfil aromático da cerveja e sugerem um papel para *Hanseniaspora spp.* em melhorá-lo.

Por último, Paula *et al.* (2021) avaliaram que entre as características não sensoriais, a rotulagem das embalagens e a música podem influenciar as atitudes e comportamentos dos consumidores de cerveja. O rótulo influenciou positivamente os escores de aceitação e a intenção de compra de cerveja artesanal, enquanto para cerveja industrial tendeu a causar impacto negativo. A presença de qualquer uma das músicas, juntamente com o rótulo, influenciou positivamente na aceitação e na intenção de compra da cerveja artesanal. Este estudo demonstra ao setor de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) das cervejarias artesanais e industriais que eles podem usar a influência dessas características não sensoriais na elaboração de novos rótulos.

Em relação ao mapa de palavras de todos os artigos citados acima, tivemos uma hierarquia das palavras português / inglês, sendo elas: Cerveja; Beer; Craft; Artesanal; Construir; Novo; Mercado; Consumidor; Marketing; Exploração; Análise; Estudar; e Empreendedorismo (Figura 03). Demonstrando que esse mercado ainda precisa ser consolidado no Brasil.



## Considerações Finais

Após realizar a busca e analisar todos os trabalhos, de acordo com os parâmetros pré-definidos para este estudo, notou-se que embora o interesse pela discussão sobre cerveja artesanal no âmbito de pesquisa seja atual e com tendência ao crescimento, fica claro que a produção científica na área ainda é incipiente e, de certa forma, fragmentada. Outra característica sobressalente no estudo é de que as temáticas que envolvem os artigos pesquisados são bastante pulverizadas, demonstrando um enorme potencial acadêmico para pesquisas na área de cervejas artesanais.

Apesar de essas temáticas abordarem o ponto de vista da gestão de cadeias de suprimento, marketing, aceitação dos produtos (prospecção de consumidores), qualidade do produto e o desenvolvimento de novos produtos com um caráter sustentável, ainda há muito espaço para a inserção de novas abordagens, bem como de focos de estudo.

Em relação à origem dos artigos encontrados, a produção de tais documentos denota uma fragmentação de autores e periódicos, traçando um interessante panorama de maior diversidade de estudos, análises e reflexões acerca do tema. Além de diferentes visões, cabe destacar a preocupação em apontar e desenvolver métodos e inserir indicadores sobre a produção cervejeira artesanal, necessários à construção do conhecimento em uma área crescente da economia.

Nesse sentido, o tema de cervejas artesanais vem evoluindo no presente período, deixando apenas de discutir os movimentos em outros países e seus resultados, mas também é possível verificar discussões específicas, com viés prático e, sobretudo, adequado ao contexto brasileiro. Assim, busca-se provocar discussões locais e introjetar no meio acadêmico e organizacional bases teóricas e aplicações práticas para que as cervejas artesanais de qualidade se tornem uma realidade e se perpetuem com o objetivo de aliar responsabilidade com o planeta, sem deixar de pensar em lucro e na produtividade.

Na medida em que o mercado de cervejas artesanais cresce, observa-se, ainda que de maneira mais tímida, um crescimento na produção científica nacional sobre o tema. Com isso, é de se esperar que passem a refletir e analisar mais tais temas que o envolvem, o que pode contribuir para que haja um maior desenvolvimento desta área.

Uma limitação apresentada neste estudo é que não foi realizada uma análise pormenorizada dos principais referenciais teóricos existentes em cada assunto apresentado no item de Análise e Descrição dos Resultados, o que possibilitaria sistematizar uma comparação entre os autores utilizados como referência nos artigos e as principais bases teóricas nos temas. A avaliação restringiu-se, apenas, à temática central e principais conclusões de cada artigo.

Entretanto, essa limitação também abre possibilidades para novos estudos. Esta investigação pode ser aprofundada no sentido de identificar os autores dos artigos analisados, procurando verificar suas áreas de atuação, interesses de pesquisa e a quais instituições estão vinculados. Com essas informações, pode-se traçar não apenas tendências em relação às temáticas, como também os atores e os locais expoentes na área de cervejas artesanais.

## Referências

ABRACERVA - Associação Brasileira de Cervejas Artesanais. **Número de cervejarias artesanais no Brasil cresce 37,7% em 2017**. 2018. Disponível em: <https://abracerva.com.br/2018/02/16/numero-de-cervejarias-artesanais-no-brasil-cresce-377-em-2017/>. Acesso em 23 ago. 2022.

BALESTRIN, A.; VERSCHOORE, J. R.; REYES, E. O campo de estudo sobre redes de cooperação interorganizacional no Brasil. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 14, n. 3, p. 458-477, 2010.

BORGES, Leonardo; *et al.* Reverse logistics in São Sebastião and Ilha Bela handmade breweries: advantages and challenges. **Independent Journal of Management & Production**. 11 (5), p. 1708, 2020. <https://doi.org/10.14807/ijmp.v11i5.1298>

BORTNOWSKA, Katarzyna; ALBERTON, Anete; VIEIRA MARINHO, Sidnei. Cultura e Alimentação: Análise das Festas Gastronômicas na Serra Gaúcha - RS. **Revista Rosa dos Ventos**, 4 (III), p. 369-383, Jul.-Set., 2012. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/1673>. Acesso em: 14 mar. 2022.

BOURBON-MELO, Nuno; *et al.* Use of *Hanseniaspora guilliermondii* and *Hanseniaspora opuntiae* to enhance the aromatic profile of beer in mixed-culture fermentation with *Saccharomyces cerevisiae*. **Food Microbiology**, 95. 2020. <https://doi.org/10.1016/j.fm.2020.103678>

CARDOSO, Cayque de Oliveira. **Elementos de Autenticidade no Turismo de Experiência: Uma Análise do Guia Garupa Brasil Autêntico**. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) — Universidade de Brasília, Centro de Excelência em Turismo, 2020. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/27472>. Acesso em: 14 mar. 2022.

COOPER, H. M.; LINDSAY, J. J. **Research synthesis and meta-analysis**. In: BICKMAN, L.; ROG, D. J. *Handbook of applied social research methods*. p. 315-338. London: Sage Publications, 1998.

COPE, S. **Small Batch: Pickles, Cheese, Chocolate, Spirits, and the Return of Artisanal Foods**. Lanham, MD: Rowman & Littlefield Studies in Food and Gastronomy, 2014.

COUTO, Nelson Miguel Fernandes. **Avaliação do potencial da flora microbiana do queijo da Serra da Estrela como marcador de autenticidade**. Mestrado em Engenharia Alimentar na Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Viana do Castelo. Novembro de 2019. Disponível em: <http://repositorio.ipv.pt/handle/20.500.11960/2552>. Acesso em: 14 mar. 2022.

CRUZ, F. T. Agricultura familiar, processamento de alimentos e avanços e retrocessos na regulamentação de alimentos tradicionais e artesanais. **Rev. Econ. Sociol. Rural**, Brasília, v. 58, n. 2, 2020.

DUARTE, Tiaraju Salini; LOURENÇO, William Martins; FONTANA, Guilherme. Origem, ascensão e decadência das cervejarias no Estado do Rio Grande do Sul: um recorte espaço-temporal do século XIX e XX. **Caminhos de Geografia**, v. 21, n. 73, p. 368–379-368–379, 2020. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/48818>. Acesso em: 14 mar. 2022.

FELL, Guilherme; DALMORO, Marlon. Dimensões artesanal e massificada na construção do mercado cervejeiro. **Revista de administração de empresas**, 60 (1), Jan.-Fev. 2020. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020200106>

FERREIRA, Ana Cristina; PEREIRA, Michele Morais Oliveira; ANTONIALI, Luiz Marcelo. Estratégias de atuação no mercado de cervejas artesanais: impactos na autenticidade dos produtos. **Desafio Online**, v. 7, n. 2, art. 8, Mai./Ago., p. 377-398, 2019. Disponível em: <https://desafioonline.ufms.br/index.php/deson/article/view/7803>. Acesso em: 14 mar. 2022.

GUARIDO FILHO, E. R.; MACHADO-DA-SILVA, C. L.; GONÇALVES, S. A. Organizational institutionalism in the academic field in Brazil: social dynamics and networks. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 14, p. 149-172, 2010.

LUZ, Maurício Wamms da. **Um Brinde a Cerveja Artesanal: A Relação da Cervejaria Stier Bier com o Desenvolvimento Socioeconômico de Igrejinha/RS**. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional. Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT. Taquara, 2020.

MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Anuário da cerveja no Brasil 2018. 2018. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/pasta-publicacoes-DIPOV/anuario-da-cerveja-no-brasil-2018/view>. Acesso em: 22 ago. 2022.

MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Anuário da Cerveja 2019**. 2019. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/pasta-publicacoes-DIPOV/anuario-da-cerveja-2019/view>. Acesso em: 24 mar. 2022.

MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Anuário da Cerveja 2020**. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/com-crescimento-de-14-4-em-2020-numero-de-cervejarias-registradas-no-brasil-passa-de-1-3-mil/anuariocerveja2.pdf>. Acesso em: 24 ago. 2022.

MARCUSSO, Eduardo Fernandes. **Da cerveja como cultura aos territórios da cerveja: uma análise multidimensional**. 2021. 403 f., Tese (Doutorado em Geografia) — Universidade de Brasília, Brasília, 2021.

- MELO, P. L. R.; ANDREASSI, T. Publicação científica nacional e internacional sobre franchising: levantamento e análise do período 1998–2007. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 14, n. 2, p. 268-288, 2010.
- MELLO, J. A. V. B.; SILVA, J. L. N. Requisitos de produto para um projeto de cerveja artesanal. **Innovar**, 30 (77), p. 39-52. 2020. <https://doi.org/10.15446/innovar.v30n77.87428>
- MENEZES, João Gonçalves; SILVA, Minelle E.; CASTELO, José Sarto Freire. A Constituição Identitária do Consumidor de Cerveja Artesanal na Cidade de Fortaleza. **BBR. Brazilian Business Review**, v. 17, p. 381-398, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/bbr/a/yLZw9DFNjnzsbjVjCt9HLLF/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 14 mar. 2022.
- MENEZES FILHO, João Gonçalves. et al. The Identity Constitution of the Craft Beer Consumer in the City of Fortaleza (Brazil). **BBR. Brazilian Business Review**. 17 (4), Jul-Aug 2020, <https://doi.org/10.15728/bbr.2020.17.4.2>
- NETO, H. B.; BEZZI, M. L. A Região Cultural como Categoria de Análise da Materialização da Cultura no Espaço Gaúcho. **Revista RA'EGA**, Curitiba, n. 17, p. 17-30, 2009. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/raega/article/view/11862>. Acesso em: 14 mar. 2022.
- OCEJO, R. E. **Masters of Craft: Old Jobs in the New Urban Economy**. Princeton, NJ: Princeton University Press. 2017.
- OLIVEIRA, Guilherme Rodrigues; BARCELLOS, Marcia Dutra de. Technology, production paradigm and operation: Transformation of Brazilian brewing sector. **Journal of operations and supply chain management**. São Paulo. v. 10, n. 2, p. 44-55. 2017.
- PACHECO, Mariah Wanderley Lins. **O impacto do posicionamento político de marcas na atitude do consumidor e percepção de autenticidade**. Trabalhos de Conclusão de Curso de Graduação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Escola de Administração. Curso de Administração. Porto Alegre, 2020. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/225359>. Acesso em: 14 mar. 2022.
- PAULA, Solciaray Cardoso Soares Estefan de; *et al.* The influence of musical song and package labeling on the acceptance and purchase intention of craft and industrial beers: A case study. **Food Quality and Preference**. v. 89, April 2021, 104139. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.104139>
- PINTO, L. I. F.; ZAMBELLI, R. A.; SANTOS JUNIOR, E. C.; PONTES, D. F. Desenvolvimento de Cerveja Artesanal com Acerola (*Malpighia emarginata* DC) e Abacaxi (*Ananas comosus* L. Merrill). **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, v. 10, n. 4, p. 67 - 71, 30 Dec. 2015. Disponível em: <https://www.gvaa.com.br/revista/index.php/RVADS/article/view/3416>. Acesso em: 12 maio. 2022.
- PRITCHARD, A. Statistical bibliography or bibliometrics? **Journal of Documentation**, v. 25, n. 4, p. 348-349, 1998.
- RIBEIRO, M. N. et al. Visual expectation of craft beers in different glass shapes. **Journal of Sensory Studies**, [S. I.], v. 36, n. 1, p. e12618, Feb. 2021. DOI: <https://doi.org/10.1111/joss.12618>
- RUIZ, Lino Meraz; et al. Elementos que influyen en la decisión de compra de la cerveza artesanal de Tijuana, México. **Criterio Libre**, Espanha, v. 19, n. 35. 2021. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2021v19n35.8376>
- SANTOS, Raphael Athos Dos; *et al.* O mercado de cervejas artesanais em Belo Horizonte, Nova Lima e Sabara-- uma análise qualitativa. **CPMark - Caderno Profissional de Marketing**, v. 6 (1). Universidade Metodista de Piracicaba. 2018.
- SANTOS DANTAS, A. M. Autenticidade como Valor: Aspectos da uma concepção de Autenticidade no Patrimônio. Herança - **Revista De História, Patrimônio e Cultura**, 4 (2), p. 39-54. 2021. <https://doi.org/10.29073/heranca.v4i2.356>
- SENNETT, R. **The Craftsman**. London: Allen Lane. 2008. 326p.
- SILVA, L. L. **Cerveja Especial: Catharina Sour e Fruit Beer**. Instituto Federal do Espírito Santo. Curso Bacharelado em Ciência e Tecnologia de Alimentos. Venda Nova do Imigrante, ES. 2021. Disponível em: <https://repositorio.ifes.edu.br/handle/123456789/1071>. Acesso em: 14 mar. 2022.

SILVESTRE, J.; BORGES, A. F.; PAULA, V. A. F. Empreendedorismo estratégico: Exploration, exploitation e ambidestria em cervejarias artesanais de Uberlândia, MG. **Revista de Administração Mackenzie**, 23 (1), p. 1–25. 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ram/a/F4rMfWbXMdy9FfpgHhyctsm/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 12 maio 2022.

THURNELL-READ, Thomas. A thirst for the authentic: craft drinks producers and the narration of authenticity. **The British Journal of Sociology**. 70, p. 1448-1468, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1111/1468-4446.12634>.

VALENTIM, Sarah dos Santos; FONSECA, Antônio Augusto Oliveira; SILVA, Samira Maria Peixoto Cavalcante da. Elaboração e avaliação da estabilidade de cerveja artesanal utilizando o umbu-cajá (*Spondias bahiensis*) e canela na maturação. **Diversitas Journal**. Santana do Ipanema/AL. v. 6, n. 1, p.114-136, jan./mar. 2021. Disponível em: [https://diversitasjournal.com.br/diversitas\\_journal/article/view/1443](https://diversitasjournal.com.br/diversitas_journal/article/view/1443). Acesso em: 14 mar. 2022.

VEIROS, Carla Beatriz Rodrigues. **Contributo para a Caracterização do Queijo Terrincho**: Estudo da Proteólise e Avaliação da Autenticidade por Hplc/Uv. Dissertação. Faculdade de Farmácia, Universidade do Porto. Porto, 2005. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/63988>. Acesso em: 14 mar. 2022.

VILLAS BOAS MELLO, José André; ALMEIDA DOURADO, Jose Diamantino; NOGUEIRA DA SILVA, Jayme Leonam. Percepção dos consumidores da região metropolitana do Rio de Janeiro sobre cervejas artesanais e seus atributos. **Journal of Globalization, Competitiveness & Governability / Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad / Revista de Globalização, Competitividade e Governabilidade**, v. 11, n. 2, Maio-Agosto, 2017, p. 111-130. 2017. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/5118/511854479006.pdf>. Acesso em: 12 maio 2022.

WALLACE, Andrew. ‘Brewing the Truth’: Craft Beer, Class and Place in Contemporary London. **Sociology**. v. 53, 5. Ed., p. 951-966, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1177/0038038519833913>.