

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
ESCOLA DE EDUCAÇÃO FÍSICA, FISIOTERAPIA E TERAPIA OCUPACIONAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO *STRICTO SENSU* EM ESTUDOS DO LAZER
– NÍVEL DOUTORADO

ALESSANDRO RODRIGO PEDROSO TOMASI

**DA PANELA AO COPO: A PRODUÇÃO DE CERVEJA CASEIRA COMO
PRÁTICA DE LAZER**

Belo Horizonte
(Outubro/2018)

ALESSANDRO RODRIGO PEDROSO TOMASI

**DA PANELA AO COPO: A PRODUÇÃO DE CERVEJA CASEIRA COMO
PRÁTICA DE LAZER**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos do Lazer – Nível Doutorado da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da Universidade Federal de Minas Gerais como requisito parcial para a obtenção do título de doutor em Estudos do Lazer.

Área de concentração: Lazer e Sociedade.

Orientador: Prof. Dr. Rafael Fortes Soares.

Belo Horizonte
(Outubro/2018)

T655p Tomasi, Alessandro Rodrigo Pedroso
2018 Da panela a copo: a produção de cerveja caseira como prática de lazer.
[manuscrito] / Alessandro Rodrigo Pedroso Tomasi – 2018.
190 f., enc.: il.

Orientador: Rafael Fortes Soares

Tese (doutorado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional.

Bibliografia: f. 104-109

1. Lazer – Teses. 2. Interação social – Teses. 3. Trabalho – Teses. I. Soares, Rafael Fortes. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional. III. Título.

CDU: 379.8

Ficha catalográfica elaborada pelo bibliotecário Danilo Francisco de Souza Lage, CRB 6: n° 3132, da Biblioteca da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da UFMG.



Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional
Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer
Email: ppgiel@eefto.ufmg.br Telefone: (31) 3409-2335

EEFTO UFMG
ESCOLA DE EDUCAÇÃO
FÍSICA, FISIOTERAPIA
E TERAPIA OCUPACIONAL

ATA DA 41ª DEFESA DE TESE DE DOUTORADO

ALESSANDRO RODRIGO PEDROSO TOMASI

Às 14h00min do dia 30 de outubro de 2018 reuniu-se na Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da UFMG a Comissão Examinadora de Tese, indicada pelo Colegiado do Programa para julgar, em exame final, o trabalho "Da panela ao copo: a produção de cerveja como prática de lazer", requisito final para a obtenção do Grau de Doutor em Estudos do Lazer. Abrindo a sessão, o Presidente da Comissão, Prof. Dr. Rafael Fortes Soares, após dar a conhecer aos presentes o teor das Normas Regulamentares do Trabalho Final, passou a palavra para o candidato, para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, com a respectiva defesa do candidato. Logo após, a Comissão se reuniu, sem a presença do candidato e do público, para julgamento e expedição do resultado final. Foram atribuídas as seguintes indicações:

Membros da Banca Examinadora	Aprovado	Reprovado
Prof. Dr. Rafael Fortes Soares (Orientador)	X	
Prof. Dr. Álvaro Vicente Graça Truppel Pereira Cabo (UCAM)	X	
Prof. Dr. Coriolano Pereira Rocha Junior (UFBA)	X	
Prof. Dr. José Alfredo Oliveira Debortoli (UFMG)	X	
Profa. Dra. Regina Celi Fonseca Ribeiro (UFMG)	X	

Após as indicações o candidato foi considerado: APROVADO

O **resultado final** foi comunicado publicamente, para o candidato pelo Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar o Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora.
Belo Horizonte, 30 de outubro de 2018.

Prof. Dr. Rafael Fortes Soares Rafael Fortes Soares

Prof. Dr. Álvaro Vicente Graça Truppel Pereira Cabo Álvaro Vicente Graça Truppel Pereira Cabo

Prof. Dr. Coriolano Pereira Rocha Junior Coriolano Pereira Rocha Junior

Prof. Dr. José Alfredo Oliveira Debortoli José Alfredo Oliveira Debortoli

Profa. Dra. Regina Celi Fonseca Ribeiro Regina Celi Fonseca Ribeiro

RESUMO

Acompanhando um movimento americano e europeu denominado ‘Renascimento da Cerveja’ (*The Craft Beer Renaissance*, no original), bem como o movimento *Slow Food*, no Brasil a produção de cervejas artesanais teve início nos anos de 1990 e, a partir daquela época, foi possível observar a abertura de inúmeras cervejarias, bem como o advento da produção caseira e o aumento no número de estabelecimentos que passaram a vender as cervejas artesanais. O estado de Minas Gerais seguiu este movimento e, até o período de construção deste texto, possuía 41 micro cervejarias registradas, com 15 cervejarias na região metropolitana de Belo Horizonte, considerada a ‘Bélgica Brasileira’, perdendo em produção de litros apenas para o estado de Santa Catarina, maior produtor nacional. Os anos de 2010 foram um marco para a produção de cerveja caseira, quando pôde ser observado um boom no engajamento desta atividade, o que despertou o interesse deste estudo e estabeleceu a pergunta: ‘por que os indivíduos se engajam na produção de cerveja caseira como prática de lazer?’. Neste estudo com características etnográficas, buscou-se observar e descrever aspectos desta prática de lazer, associando o acompanhamento e vivência pessoal da produção de cerveja caseira e entrevistas com cervejeiros, estabelecendo a leitura deste contexto a partir de três hipóteses iniciais: os cervejeiros caseiros, enquanto sujeitos práticos, são um grupo social, na medida em que possuem características comuns; a produção de cerveja caseira é uma ocupação na qual os sujeitos se engajam, a fim de estabelecer processos de enfrentamento a uma organização de sociedade alienante e excludente e; é uma ocupação que, como ocupação, é edificadora do sujeito, na medida em que o sujeito complexo em seus desejos e necessidades é o ator principal do processo pois, enquanto tal, se constrói na elaboração e execução de seu lazer. A produção de cerveja caseira, neste estudo, foi tratada então como ocupação, a partir do referencial proposto pelo núcleo de conhecimento da terapia ocupacional e; como um fenômeno social, a partir do referencial materialista histórico dialético, ambos intrincados na formação do pesquisador. Os resultados encontrados durante o processo corroboraram com as hipóteses: como fenômeno social, foi possível constatar que os produtores de cerveja se conformam como grupo social e que, como tal, possuem em características culturais comuns que permitem certa marca no mundo; que é uma prática essencialmente masculina, a despeito da história da produção de cerveja e; burguesa, dado o contexto necessário para o seu desenvolvimento. Como ocupação, foi possível concluir que os cervejeiros caseiros percebem esta atividade de lazer associada diretamente à sua práxis, ou seja, permeada de sentidos e significados, que faz parte da construção sócio histórica individual e coletiva de cada cervejeiro e que, como elemento central da vida, permite a ressignificação do processo de ser e estar no mundo.

Palavras chave: lazer, ocupação, cerveja caseira, cerveja artesanal.

ABSTRACT

Following an American and European movement named 'The Craft Beer Renaissance', such as the Slow Food Movement, in Brazil the craft beer started in 90's and, from that time, it was possible to watch the opening of many breweries, rise up of homebrewing and increase of emporiums that sells craft beers. Minas Gerais state follow those movements and, until this text has been produced, had 41 microbreweries registered, with 15 of those located on Belo Horizonte's Metropolitan Area, considered the 'Brazilian Belgium' and losing in liters production only to Santa Catarina state, biggest Brazilian national craft beer producer. The years of 2010 was a boundary for homebrewing, when has been possible to observe a boom on the implication with this activity, which rouse the interest for this study and stablished the question: 'why do people implicate themselves on homebrewing as a leisure practice?'. In this study, with ethnographic characteristics, it was sought to observe and to describe that leisure practice using attendance and personal living in homebrewing such as interviews with homebrewers, making the interpretations of those contexts from three hypotheses: homebrewers, as practical subjects, are a social group, according as common characteristics; homebrew is an occupation which people involve, to stablish coping processes against a alienating and excluding society and; is an occupation and, as occupation, helps to construct the complex subject, which, in his wishes' and needs' is the main actor of the leisure process cause, such it is, construct himself while live the leisure. Homebrew, in this study, has been treated as occupation, just like purposed by Occupational Therapy theoretical references and; as a social phenomenon, from dialectical historical materialism, both of them a part of researcher's academic life. The results found in the research process agrees with the hypotheses: as a social phenomenon, has been concluded that the homebrewers are a social group and, such it is, have common cultural characteristics that allow an impression in the world; is essentially a male practice, instead history in homebrew; is bourgeois, from the necessary context to its development. As an occupation, it was possible to conclude that the homebrewers notice this leisure practice straightly associated with their praxis, surrounded of meanings, as an important piece of their social and historical construction, such individual as collective and, as central part of life, allows the redetermination of being in the world.

Keywords: leisure, occupation, homebrew, craft beer.

*Dedico este trabalho à minha esposa e meu filho que, pacientemente, viveram o processo de doutoramento ao meu lado.
Amo vocês.
Saúde!*

AGRADECIMENTOS

Uma tese de doutorado é uma produção coletiva. Por isso, direciono estes agradecimentos às pessoas que participaram, direta ou indiretamente do processo de escrita e muitas vezes não são lembradas. Estes agradecimentos são especialmente para estas pessoas que, sem o apoio que proporcionaram, a tese não seria possível.

Agradeço inicialmente ao meu orientador, prof. Rafael Fortes Soares, o Rafa. Graças à parceria, orientações e disponibilidade o processo ocorreu de forma tranquila e fluida.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer (PPGIEL), que jamais mediram esforços e conhecimento para construir espaços de diálogo que favoreceram o processo de aprendizagem.

Aos cervejeiros que participaram do estudo, pelas contribuições significativas.

Ao Departamento de Terapia Ocupacional da UFMG, pelo incentivo.

Aos técnicos administrativos Danilo da Silva Ramos, do PPGIEL; Hemerson Melville Rodrigues, do Colegiado de Graduação em Terapia Ocupacional da UFMG e Camila Soares Gonçalves, do Departamento de Terapia Ocupacional da UFMG. O nosso trabalho só é possível pois vocês excelentes no de vocês.

Às minhas alunas e alunos que, de diferentes formas, participaram do processo.

À família do *Kazoku Dojô*, amigos e amigas que suavizaram, por meio do Judô, o dia a dia do meu processo de doutoramento. Foi fundamental.

Aos amigos mais que queridos, Regina Céli, Tânia Hirochi e Bruno Bechara, que passaram comigo pelo processo de doutoramento, sempre com palavras de amparo e incentivo. Duvido que teria conseguido sem vocês.

Aos meus amigos, que pensaram e vivenciaram os meus lazeres comigo e, por diversas vezes, me tiraram de casa e me forçaram a me divertir.

Às famílias (minha e da minha esposa), que toleraram a ausência, mau humor e etc. nos últimos anos.

E por fim (e mais importante), agradeço a Sara, meu amor, minha esposa e minha parceira de vida; e ao Arthur, um presente que chegou e encheu minha vida de alegrias, por me esperarem por um tempo demasiado longo. Estou de volta. Essa conquista não teria sentido se não fossem vocês.

Sumário

Introdução	10
1. O produtor de cerveja caseira: características do grupo e percepções iniciais.....	18
1.1 Os cervejeiros caseiros como grupo social	26
2. Sobre a produção de cerveja e as interfaces com o lazer.....	33
2.1 Trabalho, ocupação e lazer.....	33
2.2 A produção de cerveja caseira versus as outras práticas de lazer vivenciadas pelos cervejeiros	45
2.3 Práxis, lazer e produção de cerveja.	49
3. O contexto do produtor de cerveja caseira: barreiras, facilitadores e outras percepções	57
3.1 As barreiras encontradas para a produção de cerveja caseira	58
3.2 Os facilitadores para a produção de cerveja caseira.....	83
3.3 Uma última percepção sobre o contexto do produtor	94
4. Considerações finais	96
Referências	105

Introdução

O Brasil é o terceiro maior produtor de cerveja, em litros, atrás apenas dos Estados Unidos e da China, com produção estimada em 140 milhões de hectolitros. Número de cervejarias registradas no Brasil, atualmente, é de 610, sendo 91 autorizações emitidas pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) apenas no ano de 2017. De acordo com dados apresentados no Anuário da Associação Brasileira da Indústria da Cerveja (CERVBRASIL), o setor cervejeiro representa 1,6% do PIB nacional, com faturamento de 77 bilhões de reais por ano (CERVBRASIL, 2016; MARCUSSO; MULLER, 2017).

Em relação às cervejas artesanais, quando comparadas às cervejas produzidas em larga escala, é possível observar as seguintes diferenças: normalmente produzidas em micro cervejarias (que na sua origem são familiares), a quantidade de litros produzidos é menor. Outra característica está nos ingredientes, que são mais elaborados e adicionados em maior quantidade (relativo principalmente ao malte e ao lúpulo), o que proporciona uma experiência diferenciada de consumo.

A cerveja artesanal, e a caseira ainda mais, são produtos que permitem ao cervejeiro fazer-se enquanto faz, ou seja, os sujeitos constroem e exercitam a sua práxis na mesma medida em que desenvolvem e executam a receita da cerveja a qual estão produzindo. Neste sentido, a cerveja caseira assume um lugar do qual é possível afirmar que é um produto também da consciência do cervejeiro. Ora, o sujeito, na medida em que se faz na sua prática e na sua práxis, também altera o mundo (ao menos o que o cerca), construindo inclusive aspectos da cultura¹. Tanto quanto os brinquedos populares, conforme apresentados por Carvalho, Stori e Mosaner Jr, (2014) para traçar uma ideia do potencial da produção de cerveja caseira: para os autores, os brinquedos populares permitem retratar, em alguma medida, a cultura e as tradições de determinados povos. Ainda, por serem produzidos em escala artesanal, possuem uma finalidade central, que é o brincar.

A cerveja caseira, da mesma forma, ao menos inicialmente destina-se a um determinado tipo de consumo, embora não se limite a isso. A cerveja artesanal ou

¹ Neste ponto é possível afirmar, de antemão, que há uma cultura cervejeira. Esta cultura é recheada de sentidos e significados e, embora não tenha sido um elemento central desta tese, alguns destes elementos serão abordados no decorrer do texto.

caseira, desta forma, pode abrir a possibilidade de ressignificar o próprio consumo, além de proporcionar ao cervejeiro outras formas de ser e estar no mundo.

O preço é outro ponto de destaque: enquanto as grandes indústrias investem em maior quantidade de litros, o que reduz o custo de produção e distribuição e, conseqüentemente o valor do produto final, as micro cervejarias investem em insumos e processos menos industrializados e na menor quantidade de litros, o que gera maior custo no produto final (SEBRAE, s/d).

No Brasil, a produção de cervejas artesanais teve início nos anos de 1990, acompanhando um movimento americano e de partes da Europa (como a Inglaterra, por exemplo) denominado ‘Renascimento da Cerveja’ (*The Craft Beer Renaissance*, no original), bem como o movimento *Slow Food*. A partir daquela época, foi possível observar a abertura de inúmeras cervejarias, bem como o advento da produção caseira, bem como o número de estabelecimentos que passaram a vender as cervejas artesanais (GIORGI, 2015). Minas Gerais possui 41 micro cervejarias registradas (AYER, 2017a), com 15 cervejarias na região metropolitana de Belo Horizonte (AYER, 2017b). Em produção de litros, perde apenas para o estado de Santa Catarina, sendo considerado a ‘Bélgica Brasileira’.

Dada essa contextualização inicial, apresento considerações sobre o movimento *Slow Food*. Iniciado em 1986 na Itália, parte da premissa de que as pessoas têm o direito de uma alimentação de qualidade, com produtos artesanais, que respeitam o meio ambiente e os produtores, e não a obrigação de consumir um produto padronizado. Outro aspecto que chama a atenção neste movimento está no fato de que a proposta é que a centralidade do processo não é algo individual, havendo o chamamento para a coprodução² (SLOW FOOD, 2007; OLIVEIRA, 2013), ou seja, a proposta é que os sujeitos sejam corresponsáveis pela relação produção/consumo.

Este ponto é particularmente significativo para esta pesquisa, pois o consumo de cervejas artesanais parte exatamente dessa mesma premissa. Neste sentido, peço licença ao leitor para uma nota sobre a construção do texto: durante o processo da pesquisa foi possível conversar com uma série de sujeitos que se engajam na produção de cerveja caseira (embora muitos deles não tenham participado oficialmente do estudo, conforme

² Embora o Manifesto, documento central do *Slow Food*, não pretenda atribuir a responsabilidade da coprodução em outros aspectos, é claro no texto que este ponto em específico é algo significativo para o fundador. Ora, na medida em que o movimento é um contraponto à forma de organização social (pelo viés da alimentação), nada mais coerente do que o chamamento para práticas mais coletivas e corresponsáveis (como contraponto ao sistema capitalista).

será explicado na construção metodológica do trabalho). Um dos principais apontamentos destes sujeitos está no fato de que não gostariam mais de consumir as cervejas de grandes marcas comerciais, justamente por não terem certeza dos insumos utilizados na produção e suas origens, por não seguirem determinados parâmetros de produção qualificados como importantes para estes sujeitos e, principalmente, relacionado à questão da padronização (elemento fordista na produção cervejeira).

Este ponto em específico pode sugerir que a ‘iniciação’ na produção de cerveja caseira possui um elemento de incômodo do cervejeiro em relação a um determinado produto (a cerveja industrializada) e, concomitante, a uma certa forma de consumir este produto em si. Ora, na atual forma de organização social atual (o capitalismo), é possível que os sujeitos tenham menos tempo para investir em atividades cotidianas, sejam as mais habituais como alimentar-se, por exemplo (e neste ponto os *fast foods* contribuem imensamente para a manutenção do tempo reduzido), até a vivência de seu lazer. O ser humano, como ser prático³ tende, por sua vez, a colocar-se em movimento para superar os incômodos que o afligem. Nessa linha de pensamento, a produção de cerveja caseira é algo que aparece como oportunidade que viabiliza essa superação.

Para compreender a ideia por trás deste mundo *fast*, recorreremos a três conceitos apresentados por Oliveira e Freitas (2008) sobre os *fast food*: 1) é um modelo industrial, de características fordistas; 2) é marcado pela eficiência, padronização, velocidade e impessoalidade e; 3) “Modelo de comer, baseado em tomadas ou ingestões não estruturadas, que se opõe às regras tradicionais da comensalidade, está assentada no comer à mesa as típicas refeições ainda predominantes na cultura brasileira” (OLIVEIRA; FREITAS, 2008 p.243).

Embora abordem a questão a partir de diferentes perspectivas, há um elemento central nestas três definições: a centralidade do tempo. É o tempo, para o mundo *fast*, que determina a forma como os indivíduos se alimentam, se locomovem, trabalham. De fato, o tempo investido - neste caso: gasto - com atividades não produtivas, é um tempo perdido, improdutivo. Neste sentido, o tempo do lazer, do ócio, do pensamento, da abstração, é um tempo não aproveitado.

A vivência da temporalidade na sociedade capitalista é, também, fruto de um determinado tempo contexto histórico: os desejos e necessidade estão, desta forma,

³ Parto do princípio do ser humano como ser prático considerando a minha formação como terapeuta ocupacional. A terapia ocupacional, como profissão inserida no campo da saúde, educação, cultura e social, considera o fazer do sujeito (ocupação – tema que será abordado mais adiante) no cotidiano como elemento central para a estruturação da vida.

vinculados a uma série de ofertas e possibilidade nos quais estão inseridos. As atividades de lazer, por sua vez, fazem parte deste processo. Baptista (2014) analisa a questão da temporalidade na sociedade capitalista a partir da perspectiva de que, neste modo de produção, o tempo de lazer é uma das apropriações do capital: o homem, na medida em que vende a sua força de trabalho, vende também o seu tempo. Ora, pensar na desapropriação do tempo pelo homem, vinculada à questão do trabalho na sociedade capitalista, obriga-nos a refletir também sobre o tempo de lazer, apropriado pelo mesmo capitalismo. Neste sentido, coloca a autora que há um processo de perda de subjetividade em relação ao tempo (da mesma forma como o sujeito passa a alienar-se do seu trabalho). Esta análise, em última instância, coloca o lazer no âmbito da reprodução fordista, característica do mundo *fast*.

Nesta perspectiva, é possível inferir então que o surgimento de ações, culturas e fenômenos sociais que tracem caminhos contra hegemônicos (como as hamburguerias artesanais, brigaderias e cervejarias artesanais, para citar exemplos), são manifestações de desejos contextuais contemporâneos, sejam como processos de enfrentamento ou como nichos de mercado em potencial. Este movimento artesanal, observado em larga escala também nas atividades de lazer⁴, pode estar informando sobre certo esgotamento do capitalismo e sobre a ‘mesmice nossa de cada dia’ que nos aliena de nós mesmos, pelo menos no que diz respeito à forma de organização de atividades de lazer.

A reflexão até aqui indica que o capital, por um lado, vem se apropriando do tempo das pessoas e impondo certo grau de alienação em aspectos como o lazer. A padronização das coisas e atitudes, o ritmo acelerado (*fast life*), são aspectos dessa forma de organização. Por outro lado, existe uma corrente que faz uma crítica a esta forma de organização e vem se debruçando em propor uma ideia que preza por uma vida mais devagar (*slow life*), mais prazerosa e amena. Di Stefano (2014) apresenta essa diferença a partir do referencial de estilos de vida: enquanto na *fast life* preza-se pela evolução tecnológica, a eficiência produtiva, o imediatismo, a *slow life* preza pela qualidade, o prazer, uma nova forma de relacionar-se com o próprio corpo, o empoderamento do sujeito e, principalmente, o inverso da produção em larga escala.

⁴ Cito aqui o caso do lazer, obviamente por ser o campo onde esta pesquisa se desenvolve. No entanto, é um fenômeno que pode ser observado em diferentes contextos, como forma de retomada da vida, em algum sentido, no qual (acredito) que uma parcela da população venha sentindo gradativamente a necessidade de pensar e refletir mais sobre sua vida e sua práxis e de se (re) construir como sujeito ativo no cotidiano.

Segundo o autor, o movimento precursor que aborda essa dicotomia é o Movimento *Slow Food*.

A produção de cerveja caseira pode ser observada como ocupação (prática de lazer) e como um fenômeno social. Como ocupação, contribui na organização da vida dos indivíduos, atribuindo sentidos e significados, construindo senso de competência e participação a partir de ações no cotidiano. Como fenômeno social, pode ser resultado de um contraponto a um sistema centrado na individualidade, na produção em massa e na estandardização da vida.

O objetivo deste texto, então, foi descrever a produção de cerveja como prática de lazer. Esta descrição, como o leitor poderá identificar nas páginas que se seguem a partir deste momento, foram pautadas na seguinte questão central deste texto: por que os indivíduos se engajam na produção de cerveja caseira? Inicialmente, trabalhei com três hipóteses centrais sobre a produção de cerveja caseira como prática de lazer: os cervejeiros caseiros, enquanto sujeitos práticos, são um grupo social, na medida em que possuem características comuns; a produção de cerveja caseira é uma ocupação na qual os sujeitos se engajam, afim de estabelecer processos de enfrentamento a uma organização de sociedade alienante e excludente e; é uma ocupação que, como ocupação, é edificadora do sujeito, na medida em que o sujeito complexo em seus desejos e necessidades é o ator principal do processo pois, enquanto tal, se constrói na elaboração e execução de seu lazer.

Devo confessar, correndo o risco de adiantar informações, que o processo de escrita colocou em cheque constantemente minhas ideias iniciais. Creio que, ao iniciar o processo de escrita, uma visão romantizada da produção de cerveja ainda fazia parte da minha percepção. Não que o romantismo tenha deixado de existir, mas hoje, após a finalização do processo, os elementos desta realidade estão mais presentes do que nunca. Desejo uma boa leitura.

Aspectos metodológicos do estudo

Metodologicamente, esta pesquisa⁵ pode ser caracterizada como um estudo qualitativo, com características etnográficas⁶. Esta classificação é justificada a partir do

⁵ O estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Minas Gerais sob o parecer número 1.617.798 de 30 de junho de 2016.

⁶ Compreende-se que o estudo apresenta características etnográficas e não compõe uma etnografia à moda clássica, logo que não há uma imersão no campo de estudo conforme prevê o método etnográfico clássico.

método de coleta de dados selecionado para o estudo, que será descrito adiante.

A pesquisa qualitativa, como metodologia norteadora da pesquisa em ciências sociais, preocupa-se com a subjetividade nas relações e representações humanas, a partir das representações individuais e/ou coletivas. Pode ser utilizado para desvendar processos sociais, a partir da perspectiva das coletividades (MINAYO, 2010).

Neste sentido, a etnografia foi um parâmetro norteador. O Laboratório de Etnografia e Estudos em Comunicação, Cultura e Cognição (LEECCC) da Universidade Federal Fluminense (UFF), define o estudo etnográfico como uma metodologia qualitativa de pesquisa, que se preocupa com a descrição detalhada de contextos e relacionamentos, humanos e não humanos, de determinados grupos sociais (LEECCC, s/d).

A etnografia, então, é o exercício de olhar e ouvir o outro, a fim de se aproximar do fenômeno observado pelo pesquisador. Para tanto, este deve imergir em uma determinada cultura e, desta forma, participar efetivamente dos diferentes momentos que a compõem (ROCHA; ECKERT, 2008).

Operacionalmente, optou-se pela observação participante, como método, sendo a entrevista semiestruturada e o diário de campo os instrumentos de coleta de dados. A observação participante é um dos métodos mais comuns das pesquisas antropológicas, na qual o pesquisador é parte integrante da realidade pesquisada e, ao fazer parte desta realidade, o é permitido observar a vida dos pesquisados, *in loco* (MINAYO, 2010).

May (2004) aponta que a observação participante, como método etnográfico de pesquisa, gera uma aproximação empática ao objeto de pesquisa, o que permite ao pesquisador a eliminação de preconceitos em relação ao próprio objeto. Ainda, neste tipo de estudo, diferentemente dos métodos positivistas, as teorias que justificam e dão cientificidade ao objeto são geradas a partir deste. Para tanto, é necessário que o pesquisador observe, cautelosamente, diferentes cenas do cotidiano dos pesquisados, para evitar as conclusões precipitadas.

A coleta de dados, então, teve início logo após a aprovação do projeto de pesquisa pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UFMG, em novembro de 2016. Na época, foram acionadas pessoas do círculo pessoal, que produziam cerveja caseira. Neste ponto, já foi possível identificar um dos limites para a construção do trabalho: as pessoas não estavam produzindo cerveja com frequência.

Outro limite observado estava no fato de que havia a necessidade de entrar na

casa dos participantes para, efetivamente, participar do processo de brassagem⁷. Esta dificuldade, em específico, foi extremamente atenuada quando o participante da pesquisa já possuía alguma intimidade com o pesquisador.

Dado o contexto, foi necessário elaborar uma nova estratégia. Neste sentido, optou-se pela coleta de informações a partir de entrevistas, pela facilidade de agendamento com os possíveis participantes do estudo. Neste ponto, destaco que esses agendamentos, embora tenham parecido inicialmente uma estratégia promissora, também apresentou suas dificuldades. Por razões que ainda não consigo identificar, agendar as entrevistas foi extremamente difícil. Destaco essa dificuldade, principalmente, quando se trataram de cervejeiros indicados por amigos: mesmo com a possibilidade de escolha dos melhores horários e locais para a conversa, percebi que havia resistência ao encontro.

Neste sentido, tentei a entrevista ao longo de três meses com alguns sujeitos, estabelecendo diálogos por telefone, aplicativo de mensagens e e-mails. O universo inicial de possíveis participantes da pesquisa consistiu em 20 sujeitos, entre conhecidos e desconhecidos. Os sujeitos da primeira categoria, se prontificaram imediatamente a responder à entrevista e, quando possível, a convidar o pesquisador para o acompanhamento de momentos de produção. Neste sentido, destaco a participação de um cervejeiro, inicialmente fora do círculo de convivência do pesquisador, que abriu prontamente as portas de casa para a realização da pesquisa. Neste sentido destaco, ainda, que este sujeito continua me convidando, sistematicamente, para as brassagens que realiza, sejam elas na sua residência ou nas residências de conhecidos e, por esta razão, o coloco como conhecido.

Dentre os desconhecidos (um total de 17, dos 20 iniciais), concordaram em participar da entrevista apenas cinco. Destes, quatro foram indicações de amigos/conhecidos e um foi voluntário, a partir de uma proposta lançada em um grupo de discussão sobre cerveja. Os demais, depois de certo tempo, abri mão de tentar.

As entrevistas ocorreram, à exceção de duas (que ocorreram nas dependências da UFMG), em bares de Belo Horizonte. Neste sentido, percebeu-se o contexto como um facilitador do diálogo, sempre ‘solto’ e descontraído. Os cervejeiros falaram abertamente sobre diferentes assuntos, sempre além do que era perguntado, o que enriqueceu a percepção em relação ao objeto do estudo.

⁷ É chamado brassagem o momento de fabricação da cerveja na qual o cervejeiro está cozinhando a receita.

As falas dos sujeitos foram transcritas na íntegra e lidas à exaustão, para que fossem identificadas as categorias empíricas, tratadas aqui como unidades de significados. Foi elaborado um instrumento para alocação dos trechos de falas que melhor representassem as unidades de significados, para posterior análise. Esta, por sua vez, foi feita de forma descritiva e a partir de referenciais teóricos percebidos como apropriados para discutir os achados da pesquisa, a partir das falas dos sujeitos e anotações do diário de campo.

Essas unidades foram nomeadas de: *Motivações para a Produção de Cerveja, Lazer, Enfrentamento, Barreiras e Facilitadores e Outras Considerações*. Essas unidades de significado foram agrupadas e incluídas nos capítulos da tese, nesta divisão que provisoriamente apresento. Esta divisão intencionou agrupar assuntos que tratavam de temas semelhantes. Trechos das falas dos sujeitos e do diário de campo são apresentados ao longo do texto, como ilustração empírica das ou para as reflexões. Neste sentido, cada cervejeiro recebeu a denominação ‘C’ seguida de um número (ex.: C1; C2 e etc.), para que se seguisse a cláusula de confidencialidade do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. A letra ‘P’ foi utilizada para identificar as falas do entrevistador.

1. O produtor de cerveja caseira: características do grupo e percepções iniciais

Nesta seção do texto me proponho a fazer uma caracterização de aspectos gerais do grupo de entrevistados e de observados nas brassagens. Me chamou a atenção alguns aspectos centrais deste grupo: a maioria foi de homens, brancos (apenas uma mulher num total de sete entrevistados e três mulheres em um total de oito pessoas nas brassagens), com idades entre 30 e 40 anos.

Inicialmente já é possível perceber que o grupo de cervejeiros possui um certo perfil, mais ou menos determinado. Certamente é impossível que este aspecto seja generalizado para cervejeiros de todos os lugares, mas como realidade empírica, é importante destacar um ponto que permaneceu persistente em diferentes aspectos considerados da produção de cerveja caseira: é uma prática excludente. A questão do grupo, inicialmente representada pelo perfil de seus participantes. Este ponto em específico foi apontado por um dos cervejeiros, como pode ser evidenciado no excerto abaixo:

CI: E tem outra barreira: ainda assim é uma atividade de lazer masculina. São pouquíssimas as mulheres que fabricam cerveja. Até tem o exemplo da Madalena que é uma cervejaria feminina.

P: Tem uma Confraria aqui em Belo Horizonte que é de mulheres.

CI: Tem. Então, é um lazer que está centrado na figura masculina, na relação com a bebida, de homens com idade maior de 30 anos, que pode despender um final de semana para fazer cerveja e que tem poder aquisitivo para comprar o equipamento. Então ela é centrada na figura do homem e as mulheres não participam muito nisso. São muito consumidoras, mas, produtoras, é difícil de ver. então, isso também é ruim porque se a gente vê que a cerveja é uma atividade que envolve culinária, e que historicamente e culturalmente a mulher sempre foi muito presente nisso, ela acaba não participando porque quem faz cerveja é o homem. Comida, arroz, feijão é a mulher. Agora, cerveja é o homem. E o cara não deixa nem a mulher dele chegar na cozinha aí tocar no equipamento porque o equipamento para ele vou fazer a cerveja dele e tomar. Então às vezes é um lazer egoísta. Além de machista, egoísta também.

Embora a questão de gênero apontada pelo entrevistado não tenha surgido diretamente na fala dos entrevistados, foi possível perceber que há certo privilégio na brassagem para os homens, ao menos no que se refere aos procedimentos que chamarei aqui de artesanais⁸, enquanto às mulheres presentes nos processos cabia a

⁸ Com fins pedagógicos, vou apontar que a produção de cerveja caseira é feita em dois momentos, que não são separados mas são distintos: um momento mais intelectual, que requer a elaboração da receita, medição de insumos, construção de planilhas para as anotações de temperatura e densidade e; um

responsabilidade dos procedimentos mais intelectuais. Embora não haja a intenção de aprofundar a questão de gênero nesta descrição, é importante considerar que ela aparece no grupo de alguma forma.

Como apontou C1, aparentemente as mulheres (que historicamente possuem na cozinha um lugar central) não têm acesso ao processo de fazer cerveja, sendo este um lugar do homem (na cozinha). Essa é uma contradição importante a ser considerada, pois conforme afirma Lourensen (2016), as mulheres em diferentes culturas eram responsáveis pelas tarefas relacionadas à alimentação e, dentre estas, a produção de cerveja. A autora aponta que a desvinculação da mulher com a cerveja ocorreu no período da Revolução Industrial, quando a produção de cerveja deixou gradativamente de ser caseira e passou a acontecer em cervejarias industriais.

Embora seja ainda precoce para identificar a produção cervejeira como prática excludente, mais adiante neste texto serão apresentados outros elementos que permeiam esta prática e que contribuirão para uma análise mais aprofundada sobre este lazer.

Dentre os entrevistados e nas brassagens, à exceção de um sujeito que abandonou o curso de engenharia civil e está cursando gastronomia, todos possuíam curso superior completo na época das entrevistas e da construção do diário de campo. Os sujeitos do grupo estudado, nos diferentes contextos, não se conheciam.

O grupo pesquisado é composto por servidores públicos federais, empresários, trabalhadores autônomos, professores e advogados, o que remete a um grupo que pode ser identificado com uma rotina de trabalho mais ou menos bem definida. Esta situação permite aos cervejeiros tirarem algum tempo da sua semana e do seu cotidiano para a produção de cerveja caseira. Embora todos tenham afirmado que ainda fazem cerveja em casa, um deles já não mais produz por lazer, tendo transformado a atividade de produção em comercial (possui uma fábrica de cerveja e um *pub*) e dois estão se profissionalizando na produção de cerveja.

A perspectiva do trabalho é fundamental para pensar o engajamento nesta atividade de lazer, na medida em que a possibilidade de compra de insumos e materiais, como os maltes, lúpulos, fermentos, panelas, termômetros e etc. está atrelada diretamente ao poder e compra. Destaco esse ponto em específico, considerando falas apresentadas pelos entrevistados, no sentido de que existem apenas três lojas em Belo

momento mais artesanal, no qual está incluído o cozimento do malte, filtragem e transferência do mosto entre os baldes fermentadores, ou seja, tarefas mais braçais.

Horizonte que vendem os insumos e materiais⁹ fato que, ao se considerar as leis de mercado, pode gerar aumentos significativos nos preços o que, por sua vez, torna este tipo de lazer não acessível a todas as camadas sociais.

Neste sentido, um dos entrevistados (trabalhador autônomo) indicou o monopólio de insumos como um dos fatores que dificultam o engajamento na prática de lazer. Em contrapartida um dos entrevistados (empresário) apontou esta análise como superficial. Estes contrapontos são importantes para pensar a produção de cerveja como prática de lazer, a partir da perspectiva do acesso ao lazer, principalmente quando estes mesmos sujeitos do grupo possuem características tão distintas de trabalho.

Ora, o contraponto, quando analisado sob a perspectiva das características do trabalho, pode indicar que quanto melhor o trabalho¹⁰, mais vantagens financeiras e, conseqüentemente, menos dificuldades relacionadas ao investimento na compra de materiais e insumos. É possível inferir, então, que a colocação social pode ser um dos fatores determinantes se os sujeitos vão ou não se engajar na produção de cerveja como prática de lazer.

Taffarel (2012) sugere que o lazer é algo historicamente determinado. Nesta perspectiva, é correto afirmar que o contexto no qual os sujeitos estão inseridos é um dos determinantes das práticas de lazer selecionadas por estes sujeitos. Ora, se o contexto provê condições para que os sujeitos vivenciem seu lazer num âmbito *gourmet*, as escolhas em relação ao **como**¹¹ vão *gourmetizar* (fazendo hambúrgueres artesanais, produzindo sua própria cerveja, por exemplo) são fruto de construções históricas sociais, que levam estes sujeitos a fazerem tais escolhas.

Por outro lado, considerar que essas escolhas são os únicos determinantes, tiraria destes mesmos sujeitos a capacidade de protagonizar suas práticas de lazer, fazendo-as de modo automático (fordista). Ora, partindo do pressuposto da determinação histórica, então o acesso à produção de cerveja caseira é também uma construção pautada no modo de produção capitalista. Isso implica afirmar, necessariamente, que é um lazer de classe e, neste caso em específico, possivelmente burguês. Explico: para envolver-se em uma atividade de lazer deste tipo, na qual é necessário comprar/montar equipamentos, compra de insumos, certa instrução para seguir/montar receitas e tempo de produção, é

⁹ Embora tenha aparecido nas falas sobre a possibilidade de montagem do próprio material, o que será abordado no decorrer do texto.

¹⁰ Coloco aqui a expressão 'melhor o trabalho' em relação ao *status* social desta ocupação: socialmente, é atribuído mais valor ao trabalho e à posição de um empresário sócio de um escritório de engenharia em relação a um ambulante ou gari, por exemplo.

¹¹ Grifo meu.

necessário que o indivíduo possua tempo e dinheiro. Analisemos esses dois determinantes, privilégio da classe burguesa, para subsidiar a afirmação sobre o lazer de classe.

A relação tempo e dinheiro no capitalismo é estreita. Marx (2004) analisa que a disponibilidade da força de trabalho - o trabalhador - segue a lei da oferta e procura: quanto maior a oferta de trabalhadores, menor a proporção entre dinheiro por trabalhador. A questão do tempo, encaixada nesta relação, obrigatoriamente vai apontar que o trabalhador, para suprir suas necessidades básicas de sobrevivência, aumentará seu tempo de trabalho tentando enriquecer (comportamento típico deste modo de produção).

No entanto, trabalhar mais tempo - dado que quer enriquecer e aumentar a quantidade de dinheiro que ganha - obviamente diminui o tempo que este mesmo trabalhador pode dedicar ao seu lazer (aspecto este fundamental para a produção de cerveja caseira, como será descrito posteriormente). Desta forma, ledo engano do trabalhador acreditar que haverá mudança de classe social (de sua condição proletária para a classe burguesa), em um contexto regido pela oferta e procura: mais fácil é que o pequeno burguês passe à condição de proletário e que o mercado continue sendo regido por grandes burgueses.

Por sua vez o dinheiro, na figura do salário, é pago ao trabalhador como forma de subsistência, para que este sujeito se mantenha vivo e, preferencialmente, gerando novos trabalhadores. O burguês, por sua vez, vive dos lucros do capital, desenvolvendo trabalho essencialmente intelectual, sem exercer trabalho operário propriamente dito¹². Este sujeito - o burguês - possui então tempo e dinheiro para engajar-se em atividades de lazer, já que seus tempos livres, embora existam exatamente na mesma lógica que os tempos livres dos empregados, é mais facilmente desfrutável.

Ora, as características do grupo estudado até o presente momento corroboram com a percepção que a classe social é um determinante importante para esta prática de lazer: adultos jovens, escolarizados, de classe média, trabalhadores não operários¹³ e que desenvolvem suas atividades em tempos de trabalho bem delimitados (o que possibilita separar tempo para o lazer).

¹² Utilizarei a terminologia **trabalho intelectual** para diferenciar o trabalho gerencial do trabalho braçal, o qual será denominado **trabalho operário**, em referência ao referencial utilizado.

¹³ Os empregos dos sujeitos que participaram da pesquisa, à exceção daqueles que trabalham como ambulantes (para subsistência enquanto estudantes em processo final do curso de graduação), apresentam características mais intelectuais do que braçais (empresário, professor, autônomo).

Mas não apenas o tempo e o dinheiro são fatores determinantes para a produção de cerveja como lazer. Um dado empírico encontrado durante as entrevistas, como fala comum do grupo e exemplificada pelo trecho de entrevista abaixo, foi o apontamento sobre a quantidade de trabalho empregada durante a produção de cerveja, o que interfere diretamente na continuidade ou não desta prática.

C5: eu acredito que até hoje, das pessoas que fazem curso, de 60 a 70% continuam fazendo [cerveja], mas o resto desiste.

P: porque você avalia que as pessoas desistem? Pelo excesso de trabalho?

C5: pelo excesso de trabalho e pelo excesso de controle. Primeiro que é um trabalho braçal, depois é um trabalho de controle, porque você acabou de brassar a cerveja, tem que controlar a temperatura de fermentação, a temperatura de maturação, fazer a curva da lama de levedura. Então tem gente que não tem saco para fazer isso. Tem gente que bota a cerveja e larga para lá e daqui a 30 dias ele vai lá engarrafa a cerveja e bebe. Não está preocupado com a sedimentação da cerveja que vai descer para a garrafa, daí a cerveja vai ficar com aquela borra de levedura no fundo da garrafa ou no fundo do copo. Não está preocupado com a clarificação da cerveja então vai ficar uma cerveja extremamente turva... então a pessoa faz uma, duas, três e vê que a coisa não está evoluindo, até mesmo pelo meio que ela faz que não incentiva tanto, e acaba desistindo.

A relação entre trabalho e lazer aparece novamente no trecho exposto. Neste sentido, cabe a pergunta: o que torna este lazer como tal, dado que a atividade é considerada como ‘algo que dá muito trabalho’? De Franceschi Neto (1993) discute em seu livro a relação entre lazer e trabalho. Para a autora, o trabalho é caracterizado a partir da transformação da natureza. Utilizando o conceito apresentado por Marx, aponta que o trabalho tem capacidade transformadora na medida em que é fator de libertação, ou seja, não é alienante. Neste sentido, é possível compreender que o trabalho gerado durante a produção de cerveja se encaixa na perspectiva de transformador. Este ponto será abordado de forma mais aprofundada no decorrer do trabalho.

O trecho acima apresentado levanta, ainda, outros pontos relacionados com o investimento de tempo nesta atividade de lazer: o controle que se deve exercer ao longo do processo (como a temperatura durante o processo de sacarificação do malte e durante a fermentação do mosto¹⁴, a sanitização dos equipamentos¹⁵, o acompanhamento do

¹⁴ O controle de temperatura é fundamental, essencialmente na sacarificação (ou extração de açúcares do malte) e no processo de fermentação. Em ambos os exemplos, em altas temperaturas as enzimas presentes no malte ou a cepa do fermento utilizado podem morrer, o que inviabiliza a produção da cerveja.

processo de fermentação a partir da leitura dos equipamentos¹⁶, por exemplo); questões relativas ao espaço necessário em casa para a prática da atividade (para o armazenamento dos insumos, espaço para baldes¹⁷ fermentadores e de maturação, local para a guarda do equipamento - panelas, mangueiras, bomba, termômetro, *airlocks*¹⁸, arrolhadoras¹⁹, para citar exemplos). Estas razões são dados empíricos que permitem considerar que a produção de cerveja caseira é uma atividade trabalhosa. Esta questão foi apontada por diferentes sujeitos, conforme pode ser observado nos trechos de entrevista abaixo:

C2: Apesar de ser bem trabalhoso, é de lazer. E antes a gente não estava chamando amigos, mas nas últimas a gente até chamou um casal de amigos para poder fazer companhia e poder tomar uma cerveja enquanto fazia.

C6: É desse jeito. É um prazer e um lazer: é um lazer prazeroso. Porque fazer uma coisa que você gosta. É o que eu vejo o que é um lazer: é fazer uma coisa que você gosta e se divertir fazendo aquilo, então...

P: e mesmo que isso dê trabalho? Porque fazer cerveja dá um trabalhão!

C6: Ah, mas é um lazer. Por exemplo, eu gosto muito de jogar bola, e para jogar bola você tem que correr e você sai todo cansado, todo destruído, do mesmo jeito que você sai depois de fazer cerveja. Então fazer cerveja é um lazer igual jogar bola para outras pessoas ou andar de skate ou surfar, pra gente é fazer cerveja.

¹⁵ Considerando que a cerveja é um produto biológico vivo, é necessário que o cervejeiro mantenha todo o equipamento constantemente sanitizado durante o processo, para garantir que a cerveja não seja contaminada por micro-organismos presentes no ambiente de produção (como leveduras selvagens, que estabeleceriam competição com as leveduras inoculadas na cerveja e atrapalharia o processo de fermentação).

¹⁶ Durante a brassagem, são utilizados espectrômetros ou densímetros, que aferem valores para determinar o teor alcoólico da cerveja e a atenuação de células de leveduras, o que determina se o processo de fermentação, por exemplo, teve fim em nível celular. Estes valores contribuem para determinar se a cerveja está ou não dentro de determinados parâmetros de estilos de cerveja, de acordo com o Beer Judge Certification Program (BJCP). O BJCP, por sua vez, é uma fundação que busca: “encorajar o conhecimento, compreensão e apreciação dos diversos estilos cervejeiros, de hidromel e cidra; promover o reconhecimento e avanço da cerveja, hidromel e cidra, bem como avaliar os sabores e habilidades de comunicação sobre as bebidas e; desenvolver ferramentas e procedimentos padronizados para a avaliação e ranqueamentos estruturados para a cerveja, hidromel e cidra” (BJCP, 2018, s/p). Disponível em: <<https://www.bjcp.org/>>. Acesso em: 23 set. 2018.

¹⁷ Nestes baldes são deixados o mosto com a infusão do fermento para o processo de fermentação e, na sequência, para o processo de maturação da cerveja.

¹⁸ Os *airlocks* são dispositivos que evitam a entrada de oxigênio no mosto e fazem a mediação da saída de gases da fermentação, evitando a contaminação do líquido, a competição com leveduras selvagens presentes no ambiente e garantindo que o fermento consuma exclusivamente o açúcar do mosto.

¹⁹ Dispositivo para colocar tampas nas garrafas.

Embora as falas apresentem que a atividade é trabalhosa, quando apontam a relação com o trabalho²⁰ e o tempo investido, ainda assim a produção de cerveja é considerada uma prática de lazer. Dumazedier (2008) aponta que o lazer é constituído a partir de quatro prerrogativas: a *livre escolha*, sem, no entanto desconsiderar o contexto no qual o sujeito está inserido (neste caso, o modo de produção capitalista), o que por si só já contribui/limita o leque de escolhas possíveis para determinados sujeitos; o *desinteresse*, relacionado ao descolamento da atividade desenvolvida de uma ação que atende a um propósito comercial ou obrigação; o *hedonismo*, ou seja, a busca por um estado de satisfação e; o *caráter pessoal*, que diz respeito a uma prática de lazer que estabelece uma contrapartida às condições de vida que afetam negativamente os sujeitos.

Neste sentido, sobre a relação com o tempo de trabalho é importante observar que a produção de cerveja caseira se encontra descolada deste tempo. É uma ação que ocorre nos tempos livres, especialmente destinados à prática.

Especificamente em relação ao tempo para investimento na produção de cerveja, conforme apontado anteriormente, infere-se que o grupo estudado possui uma rotina de trabalho bem marcada e que permite reservar um tempo desta rotina para a produção de cerveja.

Este ponto torna-se importante como característica e para a análise do grupo, pois partimos da premissa que as relações de trabalho determinam, em grande parte, a forma como os sujeitos estabelecem a sua relação com o tempo; ainda, que é inerente ao trabalho, na sociedade capitalista, a alienação do sujeito, então o próprio lazer corre o risco também de corroborar com estas relações alienadoras, ou seja, a prática de lazer corre o risco de perder os sentidos, tanto como propostos por Dumazedier, em sua prerrogativa de livre escolha (que, neste caso, não seria assim tão livre), quanto de Marcellino, sobre a prática intencional, considerando a intenção como resultado das relações estabelecidas neste modo de produção. As questões relacionadas aos processos que motivam a produção de cerveja caseira serão tratadas mais adiante.

Antunes (2002) indica que o trabalho na sociedade capitalista influencia, constantemente, as formas de organização da vida e leva os indivíduos à alienação, logo que a desapropriação em relação ao produto do seu trabalho é constantemente presente neste modo de produção. Esta afirmativa pode ser completada pela reflexão de Cândido e Jinkings (2008) a respeito do lazer neste contexto e por Perez (2009), que destaca a relação entre as práticas de lazer e o trabalho (santificado), como eixo central da

²⁰ Neste caso, talvez seja mais apropriado apresentar o termo trabalhoso, para que não se confunda com o trabalho propriamente dito.

organização de vida dos sujeitos e o lazer (profano), por sua vez, como a negação do trabalho. Para estes autores, só é possível falar do tempo livre (lazer) falando também do tempo não livre (trabalho).

Um dos cervejeiros apontou a relação com o capitalismo como algo importante a ser observado nessa prática de lazer, no sentido de que é um lazer que pode proporcionar novas relações do sujeito com a bebida. Desta forma, além da ressignificação do uso do álcool, a produção de cerveja caseira é também apontada como um movimento contra hegemônico, na medida em que o cervejeiro caseiro busca algum enfrentamento à grande indústria cervejeira. No entanto, o movimento inerente ao capital, conforme apontado, é justamente apropriar-se também destes movimentos contra hegemônicos e incorporá-los no mercado.

C1: A gente tem que estimular os paneleiros e fazer um movimento para que cada família tenha uma panela cervejeira. Que as panelas cervejeiras façam parte dos enxovais dos casais [risos]: ‘vai casar? Pega uma panela cervejeira para sua família!’, Porque você teria outra relação e para a gente fazer esse movimento [referindo-se à produção de cerveja caseira], que é um movimento contra hegemônico da indústria da cerveja. Mas hoje os cervejeiros caseiros estão entrando nessa: saindo de uma atividade de lazer para uma atividade de produção, com a justificativa do lazer. É aí que o capital rouba, coopta, capta, suga.

Desta forma, no limite da análise, o risco que se corre ao ceder a experiência de lazer ao capital, está no fato de subvertê-la ao processo alienante do lazer, no qual o sujeito investe seu tempo e sua energia sem investir, em contrapartida, na sua práxis (SANTOS FILHO, 2004; PIUCCO, 2005). Cândido e Jinkings (2008), sobre as práticas de lazer direcionadas à emancipação do sujeito, a partir da teoria crítica, discutem que um lazer que questione em alguma medida as relações impostas pelo capital, consiste em dialogar com um sujeito praticante de atividades de lazer em contato com a sua práxis transformadora.

No entanto, o tempo de investimento no lazer é algo fundamental para a prática desta atividade, considerando que o sujeito precisa ter o tempo disponível para usar. Essa reflexão, por sua vez, somadas a outras que serão abordadas posteriormente para justificar a afirmativa, aponta que a produção de cerveja, assim como demais práticas ‘artesaniais’ de lazer (ou ‘lazer artesaniais’), não são disponibilizadas para qualquer grupo de indivíduos, reflexão apontada, inclusive, por entrevistados.

É certo que o fator tempo, isoladamente, não determina se o sujeito vai ou não ser um cervejeiro caseiro. Pôde ser observado, durante as entrevistas, durante o

acompanhamento de brassagens e durante produção própria, que o gasto em insumos, a capacidade de ler, interpretar e alterar receitas (em alguns casos, traduzir), acesso a material de pesquisa impresso ou digital para pesquisas, estabelecimento de contato com outros cervejeiros, que possam esclarecer dúvidas e procedimentos, espaço de armazenamento em casa (seja na geladeira de uso comum da casa ou em uma destinada exclusivamente para a produção - o que esbarra diretamente na questão do espaço), para citar alguns exemplos, são questões importantes que envolvem esta prática de lazer. De maneira geral, pôde ser observado que os cervejeiros possuem acesso a este conjunto de fatores.

1.1 Os cervejeiros caseiros como grupo social

Inicio este tópico partindo da premissa que produtores de cerveja caseira podem ser classificados como um grupo: são pessoas com objetivos e expectativas comuns, semelhança cultural em práticas e gostos e mantêm alguma interação, embora nem sempre se encontrem ou sequer se conheçam, em diversos casos. Ainda, seguem determinados conjuntos de normas estabelecidas e possuem certa escala de valores em comum (VELHO, 1998; SCHAEFER, 2016).

O conceito de *habitus*, conforme proposto por Bourdieu (1983), contribui na construção da ideia de formação de grupo. Para o autor, o *habitus* é um conjunto de normas e regras de determinado grupo ou sociedade, de caráter mutável e que, a priori, é um determinante das ações dos sujeitos que compõem determinado grupo. Nas palavras de Bourdieu,

Quando se considera que a prática [neste caso, a produção de cerveja caseira]²¹ se traduz por uma “estrutura estruturada predisposta a funcionar como estrutura estruturante”, explicita-se que a noção de *habitus* não somente à interiorização das normas e valores, mas incluem os sistemas de classificação que preexistem (logicamente) às representações sociais (BOURDIEU, 1983 p.16).

Um destaque sobre o conceito, ainda, está no fato da invocação da estruturação de estruturas sociológicas, conforme proposto por Durkheim, relativo à questão do domínio das ideias e ideologias do grupo sobre o indivíduo. Embora para Bourdieu o *habitus* seja composto também pelo desejo individual, este é gradativamente moldado pelo conjunto de normas e valores do grupo. Pensar esta relação no caso dos produtores de cerveja caseira implica em considerar que os sujeitos, quando adentram o mundo da

²¹ Grifo meu.

produção de cerveja, serão de alguma forma ‘aculturados’ de acordo com determinado conjunto de normas e valores (que serão descritos na sequência). Isso não significa, de forma alguma, que estes sujeitos deixam de ser eles mesmos assim que passam a produzir cerveja, mas sim que passam a assumir (ou ter que assumir) uma série de gostos, comportamentos e valores normais, caso desejem ser incluídos e mantido no grupo ‘cervejeiros’.

Dada esta consideração inicial, o primeiro elemento observado foi a semelhança e a aproximação cultural entre os cervejeiros (semelhança esta que se estende a outros contextos da vida, como será descrito de forma mais pormenorizada no capítulo 3 da tese). Durante as conversas em bares, a preferência (sempre de escolha dos entrevistados) foi para bares que não faziam parte do circuito ‘pop’²² da capital mineira. As escolhas foram para locais como bares de bairros, onde os sujeitos frequentam porque conhecem os donos ou porque possuem alguma representação associada a questões pessoais.

Neste sentido, as características dos bares onde as entrevistas ocorreram giram em torno de um local pequeno, aconchegante, usualmente com *rock* clássico²³ ao fundo. À exceção de um dos bares, que durante o dia (na hora da entrevista) funciona como um café, os demais locais vendem cervejas especiais e possuem no cardápio hambúrgueres *gourmet* e porções especialmente elaboradas para o estabelecimento²⁴.

É interessante perceber que, nestes locais, as pessoas parecem ‘comprar’ a ideia do artesanal como experiência, seja pela cerveja em si ou pelo cardápio ou, ainda, pela organização/proposta do local.

A ideologia dos movimentos *slow*, neste sentido, aparece explicitamente na rotina dos sujeitos que frequentam estes locais, não só dos cervejeiros: são pessoas que parecem ter menos pressa para dialogar, que possuem preferência por consumir produtos não industrializados e por ter uma experiência mais qualitativa do que

²² Chamei de ‘circuito pop’ os bares (como o Jack Rock Bar, Amsterdam Pub, Haus Munchen), da região centro sul da capital mineira (região da Savassi, São Pedro e Sion, por exemplo), considerados mais ‘chiques’ e de elite.

²³ Usualmente as bandas/artistas mais ouvidas foram Jimi Hendrix, Led Zeppelin, Metallica, Lynyrd Skynyrd, Carlos Santana, Iron Maiden, Rolling Stones, Pink Floyd, para citar alguns exemplos.

²⁴ O que é uma contradição em relação à escolha ser fora do circuito, se considerada apenas a questão financeira: normalmente, esses bares com propostas mais exclusivas costumam apresentar o mesmo dispêndio financeiro quanto os bares da região centro sul. Neste sentido, aparentemente a questão financeira não é algo que influencia a escolha: esta é guiada pela busca de experiência diferenciada de lazer, seja por conhecer o ambiente ou pelo estabelecimento fazer parte da proposta de exclusividade no contexto e no cardápio.

quantitativa. Esta ideia, por sua vez, parece ser mais calcificada nos estilos de vida, sendo este um ponto constantemente apontado durante as entrevistas.

C2: A coisa do hand made, do pegar e fazer... Eu acho que essa onda do artesanal está muito legal, porque realmente tira a gente do fast food, da gente lá de consumidor mesmo, ou mesmo [o] McDonald's, o mesmo hambúrguer naquela coisa empacotada, é uma retomada nossa, que a gente consegue fazer as coisas, dá uma satisfação de não precisar ir lá no supermercado e ter que pagar por isso.

P: Você banca a ideia do faça você mesmo?

C4: Banco sempre. Eu trocava o óleo do meu carro trocava o óleo da minha moto, troquei a relação corrente-pinhão-coroa da minha moto, [...] e essa moto era a moto que mais gostava e eu cuidei dela muito bem e a parte mecânica eu mesmo fazia: trocar óleo, filtro, filtro de gasolina [...]. E eu gosto de fazer mesmo, e eu sempre vou pesquisar se eu posso, eu sempre acho que eu posso fazer eu mesmo então, por exemplo, eu acabei de entregar uma casa [referindo-se a uma mudança de apartamento realizada à época], e eu pintei a casa para entregar. Mas eu não só pintei: eu pintei, tirei um vazamento de uma tubulação de PVC que tinha desde quando eu tinha alugado, eu melhorei o aspecto geral da casa para entregar e entreguei melhor do que eu recebi. O proprietário falou para mim 'você é o cara', [...] e eu disse que eu só fiz o que eu achei que devia ter feito e agradececi pela confiança. E eu não me senti por isso melhor nem pior, mas com certeza teria me sentindo pior se não tivesse feito o que eu fiz para entregar. Então eu acho que meu avô, meus pais e meus tios e pela a minha história, me ajudaram a entender que é possível fazer um pouco e é preciso melhorar: é possível fazer você mesmo.

P: Por que você faz isso? Você consegue dizer disso? De onde que vem?

C7: eu tenho muito uma questão mesmo assim, com o sistema mesmo, com tentar fugir o máximo que der. [...] Então, saber que eu não estou dando dinheiro pra AmBev ou para uma empresa gringa que domina o mercado e está vendendo a cerveja dela e que às vezes eu produzo coisas muito melhores que essas e gastando muito menos, isso me deixa muito feliz. Tem uma coisa disso mesmo assim e sei lá [...]. Eu tenho muito essa noção assim do trabalho, mas a realidade é que as coisas dão trabalho. Mas é uma coisa de valorizar mesmo a produção das coisas por aí. Porque quando você vai se envolver, por exemplo, fazer uma cerveja, quando você vai gastar o tempo de falar assim 'vou estudar aqui para conseguir produzir minha própria cerveja', é um tanto de informação. Até que é simples depois que você entende, mas é um tanto de informação, de detalhe, muita coisa que você pode mudar, que pode dar errado. Então assim, até para valorizar isso nos outros e nas outras iniciativas... não sei.

Nas citações apresentadas acima, é possível perceber que os sujeitos prezam por um fazer que considere a experiência deste fazer em si, mas também pela possibilidade

de produzir mudanças em suas vidas. São sujeitos que investem em uma prática (e talvez seja possível extrapolar essa afirmação para ‘práticas’) na qual o processo de construção/confecção de algo (expressado aqui na produção de cerveja caseira), é um processo com sentido atribuído.

Este mesmo sentido, por outro lado, não está presente no consumo de produtos industrializados, por exemplo, como citado por C2. Para estes entrevistados, as preferências de consumo direcionam-se para os produtos artesanais que em larga medida são mais únicos em relação aos industrializados, além de apresentarem experiências sensoriais distintas²⁵ (neste ponto, especificamente, faço referência às cervejas artesanais).

Essa semelhança de preferências também pôde ser observada durante as brassagens. É interessante notar que os processos de produção de cerveja caseira são essencialmente com equipamentos montados pelos cervejeiros: estes equipamentos podem ter sido construídos de forma integral ou apenas uma parte pelos sujeitos. No entanto, ao longo do processo, constantemente são necessários ajustes, seja no processo de filtragem ou de resfriamento do mosto²⁶.

Interessante citar que estes ajustes são motivo de orgulho para os cervejeiros. Durante as brassagens, cada vez que aparecia uma dificuldade, o processo de criação de possibilidades para ‘dar um jeito’ nos problemas era um momento de quase tensão. Por outro lado, parece que esses momentos de tensão são constantemente esperados, pois são parte integrante do processo de produção. Desta forma as intercorrências são, em alguma medida, parte integrante da brassagem. Um trecho do diário de campo ilustra essa percepção:

Diário de campo (21/01/2017): *Um fato interessante, e que tem aparecido e sido relatado constantemente pelos cervejeiros, é o equipamento adaptado. Embora existam equipamentos prontos e que podem fazer o trabalho até de forma mais fácil, me parece que existe certo prazer em construir partes do equipamento (neste caso*

²⁵ O sítio eletrônico da cervejaria OPA Bier aponta as seguintes diferenças entre a cerveja industrializada e a cerveja artesanal: em relação à quantidade de produção (as cervejas artesanais são produzidas em menor escala), em relação aos ingredientes (as artesanais utilizam água, malte, lúpulo e fermento), o que afeta diretamente o paladar e o *design* dos rótulos (OPA BIER, 2016).

²⁶ Como exemplo, em uma das brassagens que acompanhei, vi um dispositivo interessante para o processo de filtragem do mosto: uma garrafa PET de 2l, com furos em um dos lados (como uma peneira). Essa garrafa foi encaixada de um lado em uma mangueira que, por sua vez, estava conectada a uma torneira na panela onde estava o mosto. Este, por sua vez, passava pela garrafa PET e retornava à panela, num processo contínuo para a filtragem. Em relação ao resfriamento, existem alguns equipamentos específicos para esta etapa. No entanto, constantemente são utilizados baldes de gelo e outras ‘artimanhas’ para o processo.

específico, o filtro). Todos eles chamam isso de 'adaptação'. Ao meu ver, é um processo interessante, pois condiz com a pessoa produzir sua própria cerveja o fato de construir o próprio equipamento. Ainda não sei se isso é uma forma de reconhecimento ou status, se a compra de equipamentos prontos é uma barreira (considerando que um equipamento completo tem alto custo) ou se é um valor de grupo.

Outra semelhança observada nos processos é a música. Constantemente, o que se ouviu durante as brassagens foi *rock* clássico, assim como nos bares. Cabe aqui, brevemente, uma consideração breve sobre o acompanhamento das produções: todas ocorreram nas casas dos cervejeiros, à exceção de uma, que ocorreu no local de trabalho de um deles²⁷. As brassagens ocorreram sempre com muita descontração, conversas (certamente) sobre cerveja e assuntos do dia a dia, corriqueiros, embora em momento algum tenha surgido uma pauta polêmica na conversa. Inclusive, neste sentido, me parece que assuntos que possam gerar polêmicas são evitados (como política e futebol, por exemplo), pelo menos nos momentos de produção. Desta forma, a atmosfera durante esta atividade foi sempre descontraída, os cervejeiros sempre foram extremamente receptivos.

Digo os cervejeiros, pois, especificamente nas brassagens, eram todos homens que conduziam os processos. Em três brassagens acompanhadas, estavam as namoradas/esposas dos cervejeiros, mas que não participaram ativamente, 'brassando', a cerveja, embora acompanhem todas as etapas do processo (da produção ao envase²⁸).

Retomando a questão da música, cabe a reflexão se o gosto pelo *rock* é da formação musical dos cervejeiros ou se é uma característica do grupo, como algo que se deve assumir para fazer parte deste coletivo. No primeiro caso, as idades dos cervejeiros podem ser um indicativo de gosto musical, considerando que a faixa etária possivelmente permitiu a convivência com o estilo musical (pensando aqui nos anos de 1980 e na influência dos pais). Neste caso, o gosto musical convergente pode ser um dos fatores que aproxima e contribui para a permanência dos sujeitos no grupo.

No segundo caso, há que se questionar se o estilo musical faz parte da aculturação do mundo cervejeiro, no qual estes sujeitos são 'expostos' ao estilo e vão gradativamente incorporando-o em seus gostos musicais

²⁷ Neste caso em específico, o equipamento tinha recém sido levado para o local de trabalho (uma escola de reforço, de propriedade de um dos cervejeiros). Este local é uma casa grande, com quintal e quem produz ali são dois casais, amigos de infância. A mudança para este espaço foi intencionada pelo aumento da produção, para venda. Ainda, este grupo havia começado a ministrar cursos para produção caseira.

²⁸ Envase é como é chamado o processo de engarrafar a cerveja.

Outro fator de destaque, observado como característica do grupo, foi o fato do compartilhamento de informações (este ponto também será aprofundado na descrição contextual do processo de produção de cerveja, no capítulo 3). Os cervejeiros, tanto nas entrevistas quanto durante as brassagens, não poupam esforços para ensinar/transmitir aspectos do processo, formas de otimização das etapas e algumas ‘manhas’ para melhor qualidade da cerveja.

Neste ponto, especificamente, um dos entrevistados destacou que a transmissão de conhecimento entre os cervejeiros apresenta um limite importante: essa transmissão ocorre principalmente quando se trata de conhecimentos técnicos (sobre insumos e equipamentos, procedimentos de brassagem, para citar exemplos), mas não atingem o que é mais fundamental para a cerveja: a receita. Neste sentido, a troca de receitas não é algo que se faça entre os cervejeiros, pelo menos no que diz respeito ao grupo de Belo Horizonte, o que é uma contradição em relação à ideia de grupo, apresentada anteriormente. É possível inferir, então, que a cultura cervejeira caseira pode ser diferente em locais diferentes e que segue, em alguma medida, a cultura local onde está inserida.

P: Como você avalia a cultura cervejeira? Você percebe se as pessoas que como você que tem vontade de difundir e trocar informações?

C5: Sobre isso eu te falo assim: existem culturas e culturas. Eu acho que esse tipo de consciência de trocar informação e trocar receitas, de você dar a sua expertise para a pessoa, vai mais do cervejeiro do sul do país. O [povo] mineiro é mais desconfiado, então ele acha e se você pegar a receita dele você vai ganhar dinheiro e ele não vai. Eu estou participando de um grupo... Eu comprei agora um equipamento novo para mim, automatizado, e essa fábrica é de Santa Catarina. Então eles me incluíram em um grupo deles e eu tenho acompanhado comunicação deles e eles não têm um mínimo de pudor de guardar segredo. Quando você pergunta ‘Cara você fez uma receita de cerveja legal como é que você fez?’, ele te dá a receita. Aqui não, aqui o cara fala ‘usa esse produto aqui e vai testando’. Ele fica sempre com medo de perder o espaço dele, e por mais que você queira abocanhar o mercado, você nunca vai ser ninguém, perto dos grandes conglomerados cervejeiros. Então um outro fato que o vi quando fiz os cursos de cerveja, é que você buscava o acompanhamento do cara que te ensinou a fazer cerveja e ele não dava, porque que ele tinha medo que o seu produto ficasse melhor que o dele e você tomasse o mercado dele. Então eu não acho que em Belo Horizonte o povo tenha ajudado a difundir muito a cultura cervejeira, a troca de informações sobre a produção ainda é pequena. Eu vejo no Rio [de Janeiro] menos, no Espírito Santo menos... No sul do país o pessoal é bem amigo tanto é que eles estão anos luz à nossa frente em relação ao

corporativismo, à estruturação de produção. Em São Paulo é um paralelo com Minas Gerais.

P: Então você acha que, disso que você está falando, que são culturas locais e o cervejeiro segue uma cultura local e a cultura cervejeira é um reflexo da sociedade local? Por exemplo, o cervejeiro mineiro é um reflexo da cultura mineira?

C5: Com certeza! É um reflexo do conservadorismo mineiro. É fato que 100% do meio cervejeiro quer difundir a cultura. Eles [os mineiros] não medem esforços para isso: para difundir, para promover ou para mostrar um produto novo ou para fazer um produto novo. Agora, quando você parte para a produção, de você juntar força para você fazer uma coisa mais forte eu acho que para isso ainda falta muita coisa e muita conscientização de que sozinho você não caminha nesse meio.

P: Precisava de um pouco mais de senso de coletivo?

C5: Exatamente, coisa que no sul do país tem muito mais abertura e muito mais senso.

P: Será que é porque no Sul começou antes?

C5: Com certeza. Provavelmente sim.

De fato, na composição do diário de campo, é possível observar que muitas informações foram trocadas entre os cervejeiros e, até mesmo, com o pesquisador. No entanto, em uma das ocasiões de brassagem, na qual alguns parâmetros da receita estavam expostos em um quadro branco, os cervejeiros pediram que o quadro não fosse fotografado e, ainda, que as informações que eu havia visto não fossem divulgadas. Este grupo, especificamente, era o que estava se propondo a se profissionalizar na produção cervejeira, o que torna o pedido de sigilo completamente compreensível. No entanto, os demais cervejeiros, com exceção de um²⁹, embora tenham sido extremamente solícitos, não me permitiram acesso à receita.

É possível destacar, ainda, o vocabulário, como característica comum aos cervejeiros. Mais uma vez, é difícil determinar o que veio primeiro: as formas de falar (e isso poderia remeter, por exemplo, novamente à proximidade de idade das pessoas que compuseram o grupo) que são naturalizadas entre os cervejeiros ou um vocabulário desenvolvido pelo grupo, que passa a compreender alguns códigos de comunicação como comuns. Certo que alguns verbetes (como a nomenclatura de equipamentos ou etapas do processo, por exemplo) são incorporados ao vocabulário do sujeito após a sua entrada no grupo, ou no momento em que ele intenciona aproximar-se do mundo cervejeiro (nas primeiras experimentações de produção de cerveja, por exemplo). No

²⁹ E, neste caso, me permito concluir que ele só disponibilizou a receita porque é meu amigo pessoal há aproximadamente 15 anos, além de um colega de trabalho nos últimos três anos, com o qual compartilho disciplinas, pesquisas e a coordenação de um curso de graduação.

entanto, algumas gírias e formas de expressão podem ser formadas exclusivamente quando do encontro desses sujeitos, como processo de aculturação do meio cervejeiro.

Como grupo, foi possível identificar semelhanças nas falas dos cervejeiros, no que se refere a diferentes aspectos que envolvem o engajamento na produção de cerveja, o que denominei como unidades de significados, conforme apontado anteriormente. Uma reflexão sobre essas unidades será apresentada na sequência.

2. Sobre a produção de cerveja e as interfaces com o lazer

Em relação à percepção dos sujeitos sobre a produção de cerveja como prática de lazer, é possível observar algumas convergências de discurso: essas práticas são consideradas lazes por não serem obrigatórias e por ocorrerem em tempos livres de obrigações³⁰ e como o não trabalho³¹; por ocorrerem em companhia de pessoas do círculo íntimo dos cervejeiros ou quando estes estão sozinhos e usam o tempo para organização de pensamentos, reflexões e planejamento da vida e; por ser uma atividade que desenvolve a práxis dos sujeitos, ou seja, é capaz de colocar os cervejeiros em uma atividade não alienante e não estranhada pelos sujeitos e que permite alavancar o processo criativo e criador destes. Estes temas serão abordados na sequência.

2.1 Trabalho, ocupação e lazer

Me proponho, nesta etapa do texto, a introduzir alguns elementos teóricos que contribuam para a composição do material, considerando a utilização de elementos e discussões específicas do meu núcleo de conhecimento (a terapia ocupacional) e sua interface com a questão do lazer e do trabalho, discussão que emergiu como parte importante desta pesquisa por nortear compreensões das leituras que virão na sequência.

Não pretendo, com esta apresentação teórica, esgotar os assuntos que serão brevemente discutidos abaixo. Ao contrário, trata-se apenas de uma organização mais didática do texto no sentido de nortear o leitor pelos entendimentos que tive durante o processo de escrita. Ressalto que são temas teóricos que foram aparecendo após a

³⁰ Coloco esse ponto das obrigações sem considerar exclusivamente a questão do trabalho, como apontado anteriormente. As falas, neste sentido, colocaram as obrigações como atividades obrigatórias do cotidiano dos sujeitos, como os cuidados com a casa e tarefas domésticas, por exemplo.

³¹ Neste ponto, relacionado especificamente ao sujeito proprietário da cervejaria e do *pub*, foi solicitado que as respostas fossem em relação ao período em que a produção de cerveja era realizada como prática de lazer.

sistematização do conteúdo empírico da pesquisa, conforme a metodologia do trabalho propõe.

Sobre o processo de estranhamento do trabalho, Marx (2004) discute este processo de estranhamento no âmbito do trabalho no modo de produção capitalista. Para o sociólogo, na medida em que o sujeito é expropriado do resultado do seu trabalho, e, portanto, do próprio trabalho como finalidade, assume este mesmo resultado como algo que não lhe pertence, que lhe é estranho (tal qual o próprio trabalho). O trabalho, então deixa gradativamente de ser uma finalidade e passa a ser meio de sobrevivência: resultado deste ciclo é o estranhamento do homem pelo homem (tanto de si mesmo quanto em relação ao outro que lhe é externo), ou seja, alienação da vida.

Para Marx, o homem torna-se homem pela capacidade de refletir sobre a natureza e sobre o seu próprio fazer, sobre a sua práxis, sua vida (do contrário, poderia ser considerado um animal que, muito embora produza mudanças na natureza, o faz para a própria sobrevivência - comer, morar, procriar, por exemplo) e de executar ações para modificá-la, não apenas para sua sobrevivência, mas também para seu prazer e suas necessidades supérfluas.

Ora, considerando essas breves reflexões, e a questão inicial apontada, pensar a questão do estranhamento do cotidiano é algo inerente aos fenômenos sociais atuais, considerando a organização da sociedade capitalista (como modo de produção que vivenciamos na atualidade) e o próprio cotidiano, como *locus* de vivência de diferentes experiências humanas.

É certo que Marx, em seus textos, não se propôs a analisar as diferentes facetas da realidade cotidiana e concentrou seus estudos na questão da organização da sociedade capitalista, colocando a centralidade no trabalho. No entanto conceitos apresentados pelo autor podem, observando os limites da proposta, ser aplicados em diferentes aspectos da vida cotidiana, já que a teoria permeia estes diferentes lugares. Refiro-me aqui especificamente ao lazer, central neste texto e parte inerente da vida das pessoas: uma ocupação.

Como terapeuta ocupacional de formação, me vejo compelido a caracterizar as práticas de lazer desta forma. Cabe aqui, na finalidade de situar o leitor ao longo do texto, tecer breves considerações sobre a ocupação, na intenção de explorar posteriormente o lazer: para a terapia ocupacional, a ocupação é uma atividade central na vida dos sujeitos, contribuem na construção de significado da vida e no senso de

competência. Ainda, são atividades desenvolvidas a partir da construção da história dos sujeitos, conectadas a um determinado contexto e cultura (AOTA, 2014).

Então, a princípio, é possível afirmar que a ocupação é uma forma de ação. Esta ação, no entanto, não é simplificada a ponto de simplesmente ser executada. É uma ação complexa, na medida em que diferentes aspectos devem ser considerados: do planejamento à execução de tarefas; do desejo ao cumprimento de metas; do significado atribuído ao processo ao senso de competência e produtividade (HAGEDORN, 2007). Além disso, a ocupação faz parte de um processo histórico, que compreende não apenas a história de vida individual, mas coletiva dos sujeitos, de tempos passados e presentes, inclusive contribuindo na determinação da própria construção histórica dos sujeitos (KIELHOFNER, 2006).

Morrison et al (2017), em estudo sobre a compreensão do termo ocupação, apresentam duas possibilidades de análise: 1) na perspectiva prática do comportamento humano, o qual será utilizado como referência neste texto e; 2) como objeto de estudo. Neste último, a análise é caracterizada pela reflexão conceitual do objeto (neste caso, a ocupação em si), os conceitos que fazem parte da conformação do objeto e as influências de linhas de pensamento que influenciam na prática profissional.

Em relação ao comportamento, os autores apontam que a ocupação é algo complexo; ocorre em concomitância a demais ocupações; possui significado atribuído (por sujeitos, famílias e comunidades) e que, por esta razão, deixam de ser ocupações em contextos diferenciados (pensando na dicotomia ocidente/oriente, por exemplo); dão suporte às atividades de automanutenção da vida; contribuem na estruturação da vida prática; direcionam hábitos, rotinas e significados ao cotidiano. São vivenciadas com investimento de tempo, energia e organização, inclusive em momentos de lazer, relaxamento, recreação e tempo livre (MORRISON et al, 2017).

Como ação complexa, Kielhofner (2011) propõe uma divisão para a compreensão da ocupação. Para este autor, a vivência das ocupações passa pela volição (desejo), habituação e capacidade de desempenho. A volição pode ser definida como a necessidade da ação, que é o motivo básico da ocupação. A habituação, por sua vez, é denominada a partir da forma como nos comportamos frente às atividades cotidianas (uma certa forma de organizar as ações e o tempo que repetimos sistematicamente ao longo dos dias e que nos ajuda a atribuir sentido e identidade a nós mesmos). Por fim, a capacidade de desempenho diz respeito às capacidades que os indivíduos possuem de

fazer coisas, levando em consideração componentes físicos e mentais e, ainda, da experiência do fazer propriamente dito.

Façamos o exercício de analisar o objeto deste texto - a produção de cerveja caseira como prática de lazer - sob dois aspectos distintos: da ocupação (como atividade de lazer) e da apropriação do tempo pelo capital (embora estes dois aspectos estejam conectados de forma íntima).

Partindo da complexidade da ocupação, conforme as breves informações apresentadas anteriormente, é necessário considerar o desejo como o ponto inicial do processo da ação. Este, por sua vez, é influenciador e influenciado por fatores internos (p.ex.: interesses) e externos (p.ex.: cultura) aos indivíduos. Desta forma, o contato com outros tipos de cerveja³², seja pelo aumento da disponibilidade no mercado ou pelas visitas a outros países, por exemplo, podem despertar o interesse dos sujeitos para consumir outros produtos.

A habituação, então, pode ser observada a partir da incorporação desta atividade de lazer no cotidiano dos cervejeiros caseiros³³ (a princípio, consumir outros tipos de cervejas). Há que se considerar que, no que diz respeito ao universo contextual de Minas Gerais, especificamente em Belo Horizonte e região metropolitana, *locus* da pesquisa, até o final da primeira década dos anos 2000, a cultura de produção cervejeira não era amplamente difundida³⁴. Ainda, é importante considerar que o estado não possuía como característica cultural a produção de cerveja caseira (diferente de estados da região sul como, por exemplo, Santa Catarina, polo cervejeiro nacional).

Assim, é possível observar um processo de aculturação da cerveja caseira, que vem se conformando há alguns anos e gradualmente incorporado em duas esferas contextuais: a da produção e a do consumo. No primeiro caso, a aculturação pode ser percebida no âmbito da produção comercial e da produção caseira, que vem aumentando sistematicamente.

³² Denomino outros tipos de cerveja como as diferentes das Standard Lagers (Brahma, Skol, Antarctica, por exemplo). Nesses outros tipos encaixam-se os diferentes estilos de cervejas, como as Pilsens, Pale Ales, IPAs, Weisens e etc.

³³ Ao longo do acompanhamento de brassagens e das entrevistas, diferentes denominações para o produtor de cerveja caseira foram utilizadas pelos sujeitos da pesquisa: *cervejeiro caseiro*, *home brewer*, *paneleiro*, *caseiro*, para citar exemplos. Ao longo do texto, essas diferentes terminologias serão utilizadas como sinônimos.

³⁴ Não é pretensão deste trabalho descrever o processo histórico da produção de cervejas artesanais em Minas Gerais. No entanto, compreendendo a importância da contextualização, já está sendo negociada uma entrevista com uma das pessoas da vanguarda da produção cervejeira em Belo Horizonte, para contextualização deste ponto.

A produção caseira, por sua vez, é conduzida pelo interesse em se apropriar de uma nova ação (considero aqui que é inerente ao ser humano o movimento, pensando não apenas na questão motora, mas também em interesses e desejos) e, certamente, pelo novo contexto cultural que vem se conformando. Soma-se ao interesse e a essa incorporação cotidiana, o aumento na quantidade de locais que disponibilizam insumos para a produção cervejeira e a quantidade de informações disponíveis sobre a prática e a popularização dos meios de comunicação, o que facilita o acesso à informação, para citar exemplos.

Sob a perspectiva do consumo, as cervejas artesanais têm tido mais entrada no mercado brasileiro, em grande medida com cervejas importadas, mas também com o aumento do número de micro cervejarias. De acordo com nota divulgada pelo Sebrae, a previsão é de que as cervejarias artesanais representem cerca de 20% deste mercado, o que mostra investimento no setor. Uma característica importante está no fato de que estas cervejas são direcionadas para um público de maior poder aquisitivo, logo que o valor de compra é mais elevado quando comparadas às cervejas de massa (SEBRAE, 2017). Neste contexto, a incorporação do consumo de cervejas artesanais no cotidiano da classe média é algo que vem se consolidando gradativamente.

E o último elemento de caracterização da produção de cerveja, a capacidade de desempenho, é incorporado na medida em que despertam novos interesses. Ora, considerar e consumir produtos diferenciados, em algum tempo pode gerar curiosidade em saber se é possível produzir cerveja³⁵. Com um contexto favorável de acesso à informação, disponibilidade de insumos, poder aquisitivo (considerando o valor mais elevado do produto), a escolarização mais elevada (uma das características deste grupo social) e a curiosidade, é quase natural que os indivíduos passem a tentar produzir a cerveja. Ainda, ao perceber que o processo e os materiais são relativamente de fácil acesso logístico para este público, produzir cerveja pode, então, se tornar uma ação de desejo na rotina destes indivíduos em seus momentos de lazer³⁶.

Diário de campo (25/03/2017): Água na temperatura correta, malte moído, começamos a brassar. Essa é uma parte do processo que sempre me traz alegria. Parece que é um momento no qual toda a concentração e atenção ficam focadas em manter a temperatura,

³⁵ E, de fato, ao longo da produção deste texto, me vi curioso e pessoalmente interessado em começar a produzir cerveja, atividade na qual venho me engajando desde então.

³⁶ Embora a produção de cerveja tenha seu início nos momentos de lazer, alguns cervejeiros transitam para o aumento da produção e se interessam por comercializar seus produtos. Este aspecto será abordado ao longo do texto.

mexer o mosto e extrair açúcar e, conseqüentemente, a 'vida lá fora' e seus problemas, tomam uma proporção menor. Naquele momento, é tudo para aquela ação. Percebo que isso acontece com os cervejeiros: as conversas continuam, mas em menor frequência; há claramente momentos de reflexão dos sujeitos enquanto mexem a pá cervejeira na panela; é uma espécie de transe. E assim foi por uma hora inteira, com avaliações com iodo, medições de temperatura e tomando cerveja. Eu e o R. cuidando da panela, o G. em um entra e sai da cozinha [...]. Entendi, naquele momento, que a coisa estava acontecendo do jeito que tinha que acontecer: um momento de lazer, vivenciado por confrades em torno de um objeto comum. O silêncio, que quando estamos entre desconhecidos é algo constrangedor, não foi uma leitura percebida. As reflexões pessoais, por vezes ditas, foram sempre ouvidas com respeito. As brincadeiras, comuns entre amigos, aconteceram constantemente, sem constrangimentos.

Os apontamentos sobre este ponto em específico giraram em torno, principalmente, de que a atividade de produção de cerveja sempre ocorria em momentos de descontração, nos quais os sujeitos estavam relaxados, momentos onde era possível fazer reflexões sobre o cotidiano (mesmo que do trabalho), pela possibilidade de sentir prazer com uma ação específica.

Neste sentido, o conceito de ocupação pode contribuir para compreender aspectos do lazer como atividade central e organizadora de rotina. Mesmo que em nenhuma das entrevistas tenha sido identificado que a produção de cerveja é algo cultural³⁷, o que poderia caracterizar o nexos cultural da ocupação, conforme já citado anteriormente, é uma atividade na qual os sujeitos se engajam e que está repleta de sentidos e significados, que auxilia na organização da vida, conforme os trechos abaixo ajudam a elucidar.

*P: e você considera que você faz por uma prática de lazer?
C1: Sim, porque eu fazia cerveja em um momento que eu destinava para mim. Eu até utilizava desse momento para colocar a cabeça no lugar, pensar na semana, planejar a semana e organizar. Usava esse momento para também ter um espaço próprio, pessoal e que me conforta, porque eu me sinto bem fazendo cerveja. E aproveito também para escutar minha música, fazer pequenas anotações de coisas que eu leio e que eu penso, porque o meu processo de criação está na cerveja.*

³⁷ Este tópico, em específico será abordado mais adiante. No entanto, cabe um exemplo que explique a afirmativa: como apontado em fala anterior, a cultura cervejeira acompanha a cultura local na qual está inserida. Desta forma, é importante considerar que a região de Belo Horizonte, diferente de cidades da região sul do país (concentradas, principalmente, no estado de Santa Catarina), não possui raízes de produção de cerveja em seu processo de construção histórica. Neste sentido, essa cultura está sendo construída na atualidade, justamente com estes cervejeiros.

P: E você podem me dizer que a hora da produção é um momento de lazer de vocês? Você reconhece esse momento como de lazer?

C3: É. Apesar de dar muito trabalho também, porque tudo é pesado, e tem essa questão: são 6 horas de processo, você só quer que termine, mas é muito legal.

P: Então é muito mais associado ao prazer da atividade do que a atividade em si?

C5: Isso. O resultado que você está buscando é diferente da obrigação. Ninguém está me obrigando a fazer cerveja, faço porque gosto. Eu estou querendo me desafiar a fazer uma coisa melhor, a fazer uma receita nova, a fazer uma coisa diferente, e esse desafio [produzir cerveja] me proporciona a fazer. Porque, querendo ou não, sempre que você está fazendo cerveja tem um amigo do seu lado, você está batendo papo. Por exemplo: eu faço cerveja na casa minha sogra, e toda vez que eu passo lá meu cunhado vai lá e faz churrasco. Ele fica lá, na churrasqueira, e eu fico nas panelas, esquentando barriga. Acaba sendo uma socialização que você faz. Eu não tenho experiência em fazer cerveja em escala industrial, então o meu negócio é bem informal e por causa dessa informalidade é que eu tenho prazer. Eu não vejo como uma obrigação porque, se eu visse como obrigação, não estaria há sete anos fazendo.

P: E como que eram esses momentos? Como eram essas outras coisas que vocês faziam além de fazer cerveja?

C7: A gente ficava lá, como se estivesse no sítio de papo pro ar, com uma piscina lá bem pequena... E a gente ficava lá, dava umas entradas [na piscina], assava uma carne e ficava curtindo, como se estivesse numa boa, e ao mesmo tempo acontecendo aquele processo [de fazer cerveja], às vezes bem tenso porque a gente era muito inseguro dava muito conflito ali: 'não, agora tem que fazer tal coisa', e um lembrava um pouco diferente, então sempre tinha ali poucas pessoas envolvidas enquanto outros estavam só curtindo. E isso ia revezando e a gente demorava uma infinidade de tempo a mais... E era visto assim bem como lazer mesmo.

As falas dos sujeitos são corroboradas pelas observações anotadas no diário de campo. Mesmo para os sujeitos que já vem investindo na produção de cerveja para venda, a atividade acaba acontecendo nos tempos em que os sujeitos não estão trabalhando.

Neste ponto, vale uma reflexão sobre o que é ou não é uma atividade de lazer: o fato, simplesmente, de não ser um horário de trabalho, não é necessariamente o que torna a produção de cerveja uma prática de lazer, embora seja marcado para os sujeitos entrevistados que a produção cervejeira não é a ocupação central para ganhos financeiros. Fato é que, no registro do dia 24/11/2016, os sujeitos estavam engajados na produção de cerveja, em casa, mas com finalidades muito bem marcadas: o desenvolvimento de uma nova receita e a brassagem de um novo lote.

Neste caso especificamente, embora a produção de cerveja tenha alguma relação com o trabalho (considerando o fato de que os sujeitos planejavam desenvolver uma marca e colocar a cerveja no mercado), é importante considerar que não é a atividade central dos sujeitos e, ainda, que essa mesma atividade foi de livre escolha daquelas pessoas. No entanto, não é inviável que estes sujeitos sintam prazer em uma atividade de trabalho. Inclusive é desejável que os sujeitos sintam prazer na sua atividade de trabalho e, ainda, que se envolvam plenamente na atividade, afim de que seja uma prática emancipadora.

Mas, à exceção deste caso em específico, o que os sujeitos apontam é justamente o contrário: a produção caseira destinou-se sempre a um momento de não trabalho, onde não há obrigação da realização da atividade (mesmo que as brassagens sejam previamente combinadas e agendadas ou que haja, como em um dos casos narrados, um estatuto que regule o funcionamento de uma produção cervejeira coletiva), mas sim um engajamento intencional, movido pelo desejo de estar e participar da atividade, o que confirma a dicotomia lazer *versus* trabalho, apontada anteriormente.

Tanto as falas dos sujeitos como as observações realizadas durante as brassagens podem, ainda, ser corroboradas por uma percepção pessoal do pesquisador em relação ao processo de produção de cerveja caseira. Neste sentido, vale uma contextualização: o interesse na produção de cerveja era anterior ao processo de construção da tese de doutorado sem, no entanto, o engajamento efetivo na atividade. Após o início do acompanhamento das brassagens e das entrevistas, me iniciei na prática de produção de cerveja.

Devo admitir que essa atividade é realmente trabalhosa: são horas e horas em frente ao fogão, cuidando meticulosamente da panela, da temperatura da água, buscando por receitas, assistindo vídeos e conversando com outros cervejeiros sobre os processos, insumos e materiais. São deslocamentos intermináveis até as lojas de insumo, bastante tempo gasto escrevendo e anotando as experiências. Por outro lado, a hora de fazer a cerveja é algo mágico: assistir a transformação de um grão em uma bebida, a ansiedade inerente ao processo do processo de fermentação, a carbonatação³⁸ na sequência, saber que você e seus amigos mais próximos vão consumir uma bebida totalmente artesanal, que possui os parâmetros de cor, sabor e odor definidos por você, é uma sensação

³⁸ A carbonatação é um processo de refermentação na garrafa, no qual o residual da cepa de fermento interage com o açúcar inserido no mosto fermentado, consumindo-o e produzindo CO₂, que se incorpora ao líquido e ‘faz as bolhas’ presentes na cerveja.

ótima. Quando a brassagem tem a participação de amigos, há também a possibilidade de interação, de conversas e brincadeiras, o que torna o momento agradável de uma outra forma. Este ponto será abordado mais adiante.

A partir dessas considerações, o lazer como não trabalho, então, está ligado a uma atividade prazerosa, que ocorre fora do horário comercial, individual ou coletivamente, intrinsecamente motivada e não relacionada com a ocupação de trabalho. Os trechos de entrevistas abaixo auxiliam na identificação destes aspectos

P: Eu queria que vocês me falassem agora um pouco mais de como é quando vocês estão fazendo. Além da confusão e da loucura, de vai para cima e para baixo e mexe em panela, controle de temperatura, como que é além disso? Como é quando vocês estão fazendo, na hora da brassagem? É tenso, agradável, divertido?

C2: Na maioria das vezes é divertido, a gente geralmente compra cerveja para poder fazer cerveja [...] faz uma carniinha também, um churrasco, um tira-gosto, para poder fazer ficar lá por conta do processo que geralmente dura umas 6 horas mais ou menos, uma brassagem no total. Então é bom tomar cerveja para poder fazer cerveja. Fica mais leve o trabalho.

C4: É uma prática de lazer porque eu continuo trabalhando como projetista, sou sócio de uma empresa de projeto e engenharia, faço cerveja por lazer e estou estudando e aperfeiçoando para que eu não precise mais (e não através da cerveja especificamente) fazer projetos e consultoria de engenharia. Eu quero mudar de ramo. Eu quero ir para a área de comércio de alimentos. Mas eu faço cerveja por lazer, mas penso também fazer comercialmente. De uma forma diferente do mercado atual, mas eu penso.

P: Se é tão trabalhoso, por que é lazer?

C5: assim fazendo uma analogia, que pode até estar errado ou você pode discordar: não tem gente que gosta de escalar montanhas sem equipamentos de segurança, por conta da adrenalina? Ele sabe que pode morrer ali. Quando você vai jogar bola você sabe que pode quebrar uma perna no futebol, mas você está no seu momento de lazer, você está botando a sua endorfina para fora. Tem gente que gosta de simular suicídio pulando de bungee jump ou parapente e esse é o lazer do cara. Eu acho que a minha forma de lazer hoje, e eu consigo fazer sozinho ou no máximo com uma pessoa me ajudando, uma delas é fazer cerveja, principalmente porque eu busco a qualidade e o retorno positivo de quem consome ela depois. Acaba que o trabalho braçal te cansa e te esgota, mas não é uma coisa que você sai dizendo assim... Eu saio muito mais esgotado de 6 horas fazendo cerveja do que de 8 horas trabalhando no escritório, mas quando é que eu vou sair do escritório tendo prazer em ter ficado lá? É diferente.

Outra questão apontada sobre a produção de cerveja como lazer diz respeito à socialização. O grupo, à exceção de um dos entrevistados, apontou que percebe o momento da brassagem como uma possibilidade de socialização, de estar entre amigos. Esse apontamento foi possível perceber, também, durante o acompanhamento das brassagens.

P: e qual é a diferença de fazer quando estão só vocês ou quando tem mais gente? Quando tem mais gente é mais divertido ou é difícil de um jeito diferente?

C3: é mais divertido, mas para o processo se você for pensar em termos técnicos, eu prefiro quando estamos só a gente, eu consigo me concentrar mais o que eu estou fazendo, porque quando vai amigo sempre tem uma pergunta para eles entenderem o processo e você tem que explicar. Tem hora que você tem que estar atento ao que está acontecendo, então em termos de diversão eu prefiro mil vezes que as pessoas vão lá para estar junto e a gente conversar, só que na prática da cerveja mesmo, eu prefiro fazer quando está só nós dois lá.

C4: é muito mais [divertido fazer cerveja com amigos] e eu não tenho dúvida de que é muito mais. E aí eu vou voltar um pouco para falar desse amigo meu que já morreu, porque essa pergunta que você fez era muito parecida com as perguntas que ele me fazia: 'vamos fazer um churrasco e receber um monte de gente que a gente não conhece e ser só mais um churrasco ou vamos fazer um churrasco só nós e a gente curtir o que a gente gosta de escutar as músicas que a gente gosta e fazer um som, tocar uma música do Iron Maiden todinha ou vamos colocar uma música no som e chamar um monte de gente?' era preciso escolher. Fazer um churrasco só entre amigos E tocar mesmo que não fosse para ninguém ouvir, só pra gente era muito mais transformador em realizador, como fazer a cerveja, eu tenho uma banda que eu gosto muito e que um amigo meu toca... Isso é muito mais transformador tanto para mim quanto para as pessoas com as quais eu vivi muito tempo, com meus amigos e com meu filho e que eu gostaria também que se divertisse como eu nesse momento.

C5: eu acho que no primeiro momento é ter a interação social, porque normalmente você não faz cerveja sozinho, você sempre tem um ou mais amigos fazendo cerveja com você. Então eu acho que o primeiro momento é a interação social que você tem. Segundo, eu acho que chega um ponto em que o desafio de fazer o produto que você quer e que você eternizou que você pôs na cabeça que você quer consumir, vai te dar um prazer porque você não está trabalhando, você não está em um escritório emitindo relatórios, você está fazendo cerveja e cerveja um produto de interação e de descontração. É uma coisa que você chega no bar... você não chama só um amigo para ler um livro, mas você chama seu amigo para tomar uma cerveja, e eu estou falando por mim. Então é uma coisa que você está fazendo isso para quem gosta de consumir é claro, porque não adianta você querer fazer cerveja se você não gosta de consumir.

C6: Tudo. Fazer cerveja normalmente a gente faz com amigos e eu tenho uma série de amizades de infância e então eu sempre levava os meus amigos para fazer cerveja comigo. Então a gente sempre fez lá na roça onde é a fábrica hoje, mesmo quando era lazer era lá... A gente pegava um fim-de-semana e ia fazer um churrasco e eu ficava lá na panela brassando e o pessoal ficava lá tomando cerveja e comendo carne, mas era muito legal. Mas o diferente eu acho que era isso mesmo uma forma diferente de juntar os amigos.

C7: A gente estava entre amigos e isso era o principal. Então, quando transicionou ali para 'ah, vamos construir um lugar', a galera estava super disposta a fazer o que fosse, porque o importante era estar entre amigos ali, um fim de semana por mês, numa boa, num sítio, onde a gente podia ficar lá do jeito que bem entendesse, bem tranquilo, e ir embora.

Durante o acompanhamento das brassagens foi mais nítida a questão da socialização: em apenas uma brassagem o cervejeiro iria fazer (e afirma preferir) fazer a cerveja sozinho, por considerar que é uma atividade na qual ele se permite pensar e refletir sobre demais ações e compromisso do seu cotidiano. Durante as brassagens, foi possível observar a interação constante entre os cervejeiros.

Chama atenção o fato desses sujeitos estarem próximos de pessoas de um círculo íntimo nos momentos de produção. Inicialmente, me questionei se este ponto em específico dizia respeito ao fato de que as brassagens ocorrem nas casas e, por esta razão, é necessária uma construção para a 'entrada' neste contexto. Essa percepção foi anotada, inclusive, em um trecho do diário de campo:

Diário de campo (24/11/2016): Ficou claro, também, que por ser um primeiro encontro comigo, alguns assuntos não foram tratados (como me parece natural em qualquer primeiro encontro). No entanto, também fica claro que a intimidade virá conforme esses encontros forem acontecendo.

Esta observação pôde ser confirmada nas brassagens que acompanhei mais de uma vez: no primeiro caso, com um cervejeiro que conheci durante o processo de pesquisa e, neste caso a segunda brassagem foi realizada após alguns encontros fora do processo de pesquisa, ou seja, encontros que não tiveram como elemento central o acompanhamento de produção cervejeira ou entrevistas. Foi possível perceber, nestas situações, que os diálogos, então, foram mais 'soltos', sobre assuntos mais corriqueiros, houveram brincadeiras típicas de pessoas que já possuem alguma intimidade. Neste sentido, durante a brassagem, observei que o acesso a demais cômodos da casa fez mais parte da estadia e eu me senti mais confortável para transitar pela casa.

No segundo caso, o acompanhamento das brassagens foi realizado com um amigo de longa data, o que já me permitiu ‘tomar liberdades’ na casa, como abrir a geladeira, cozinhar o almoço, regar as plantas.

Chamo a atenção para este ponto, considerando (a partir de experiência própria) que o acesso a determinados cômodos da casa é permitido na medida em que a intimidade nas relações vai sendo construída. Ora, uma pessoa com a qual não se tem intimidade suficiente, não sai adentrando a casa de outra pessoa. Esse ‘privilégio’ vai sendo gradativamente conquistado, na medida em que se frequenta a casa e que se conhece as pessoas. Assim, para mim que frequentei a casa, percebi menos o desconforto de estar em um lugar novo. A sensação de ‘onde colocar a mão’³⁹ se desvaneceu conforme as conversas foram fluindo, a sensação de estar mais à vontade foi cada vez mais presente.

Em relação ao segundo caso, ao contrário, essa sensação foi imediata. Como um amigo de longa data, sempre me senti extremamente à vontade para transitar por toda a casa e, inclusive, abrir a geladeira, mexer nos armários, pedir comida. Servir a todos os presentes (por vezes estavam na casa a namorada e o filho dela) uma cerveja enquanto a brassagem acontecia não era algo estranho (diferente do primeiro caso), muito pelo contrário, era esperado por nós.

Nas brassagens, neste caso, foi possível perceber um estreitamento de laços de amizade, conversas sinceras sobre assuntos diversos, dos mais corriqueiros aos mais íntimos, certamente impulsionados pela relação de longa data, mas também mediada pela produção cervejeira.

A produção de cerveja, neste caso, pode ser colocada como importante fator mediador da relação, seja ela uma nova amizade ou uma amizade de longa data. Pode-se dizer, portanto, que a produção de cerveja caseira tem a potência de impulsionar as relações, de mediar as socializações. Esta, conforme já citado anteriormente, é uma importante característica da ocupação.

Outro exemplo desta breve análise pode ser observado na citação abaixo:

P: e qual é a sensação que você tinha de fazer a cerveja, porque hoje é claro que se for diferente é legal saber, porque hoje é seu trabalho. Mas qual era a sensação de fazer isso só como lazer? Por que este lazer específico?

³⁹ Essa sensação relaciona-se a não saber como se comportar em um lugar, uma sensação de descolamento do contexto.

C6: porque eu acho que tem uma coisa que fez muito sentido, e a gente estava se fazendo essa pergunta, porque meu pai é médico neurocirurgião, então quando eu fui fazer o curso de cerveja eu falei para minha mãe que ia fazer o curso de cerveja e ela disse ‘chama seu pai’ e eu respondi que ‘ele já estudava tanto e eu vou chamar ele para ele falar um não?’ E ela disse ‘chama porque talvez ele vá gostar’, e no que eu chamei ele para fazer o curso ele disse ‘nossa meu filho, eu estava precisando mesmo mudar um pouco o meu foco da minha cabeça para uma coisa nada a ver e que eu não conheço nada. Vou fazer com você’. Então o meu relacionamento com o meu pai se estreitou muito com isso e ele produziu esses 4 anos de cerveja comigo. Sempre ele produziu comigo, todas as brassagens foram com ele. Então eu acho que tem essa coisa de além do lazer, era de estar perto dele e criando alguma coisa com meu pai. Eu peguei isso aqui agora, eu nunca nem tinha pensado nisso... então talvez o lazer melhor era estar perto dele, estar com ele e produzindo alguma coisa com ele. Acho que era isso mesmo.

Retomando a questão do estreitamento de laços afetivos, a cena apresentada na fala ilustra uma situação na qual um pai e um filho, mediados por uma atividade de interesse comum (um curso de produção de cerveja caseira), constroem uma nova possibilidade de relação, pautada justamente na atividade mediadora. Ora, tomando por base a questão da ocupação, já apresentada anteriormente, é possível novamente observar que o lazer, enquanto atividade com atribuição de sentido para os sujeitos, foi central em um processo de vida.

Outro destaque está na mudança do foco do lazer: o que inicialmente era a produção de cerveja como central, passou a ser a vivência de uma atividade significativa junto ao pai do cervejeiro. Essa mudança é extremamente relevante na medida em que elementos que superam a atividade de lazer passam a ter mais sentido atribuído do que o lazer em si (como descrito no final da citação, quando o cervejeiro aponta que o mais importante era estar perto do pai e construindo algo com ele).

2.2 A produção de cerveja caseira versus as outras práticas de lazer vivenciadas pelos cervejeiros

Em relação às demais práticas de lazer vivenciadas pelos cervejeiros entrevistados, especificamente o que foi relatado é que diferem, tanto em relação à prática em si quanto à essência da atividade. Sobre as práticas em si, os relatos indicam ações que os próprios sujeitos identificaram como ‘prontas’ em relação à produção de cerveja, como um encontro com amigos para assistir jogos de futebol, uma ida ao *shopping*, uma caminhada ou uma leitura.

Sobre a essência, o que foi indicado é que esses lazeres não possuem o elemento da construção e do processo criativo, em contraponto ao momento da brassagem, com exceção de um dos entrevistados, que indicou procurar atividades de lazer que tragam sensações próximas às da produção de cerveja.

Talvez, a materialidade do processo de produção de cerveja seja o principal diferencial em relação às demais práticas de lazer, além da capacidade de se colocar como ator principal neste processo. Pensar o lazer, ou suas diferenças a partir da concretude da ação em si, é algo que os cervejeiros apontam como fator importante para continuar vivenciando a atividade. Neste sentido, não pretendo aqui apontar que um lazer é melhor ou pior que outro. Pelo contrário, é possível conceber que cada um destes lazeres possua sentido atribuído pelos sujeitos que o praticam e, inclusive, que são necessários em diferentes momentos da vida de cada um.

O meu apontamento, então, parte da premissa da individualidade do lazer, ou melhor, da percepção individualizada que cada sujeito apresenta sobre as suas práticas. Explico: na mesma medida em que um cervejeiro caseiro compreende o seu lazer como edificador, porque compreende um certo fazer no processo como algo significativo para sua existência, um sujeito que tem como lazer a prática esportiva, a novela, o *shopping* pode ter exatamente essa mesma compreensão. Dito isso, é possível afirmar que a atividade por ela mesma é apenas uma atividade. A atribuição de sentido, dada a construção simbólica e histórica daquela atividade específica pelo sujeito, é que vai dizer sobre o potencial edificador ou não. Desta forma, embora o exemplo abaixo, traduzido em um excerto de fala, seja (obviamente) relacionado à produção de cerveja, seria cabível a quaisquer outras vivências.

C1: Comparada às minhas outras atividades de lazer, a cerveja se materializa, se torna uma coisa concreta. Eu posso caminhar no parque, posso ler (eu leio muito nos meus tempos de lazer, mas não livros técnicos por causa do meu trabalho, mas livros políticos que eu gosto de ler bastante coisa disso), passeios, viagens, isso acontece também em algum grau, esporte quando possível [...] mas são tempos livres que eu tenho do trabalho que eu faço outras coisas. Agora, cerveja você cria, é processo de criação. Tudo bem que você tem uma receita ali, mas nada impede de você... nada te garante que você vai dar conta da receita exata. Eu também não me preocupo com isso, porque eu também não estou levando a execução para um lado de produção [comercial]. É algo para eu depois utilizar e usufruir e ter uma relação social com as pessoas que vão tomar cerveja comigo, vou distribuir vou dar e etc. Mas eu não me preocupo tanto com esses detalhamentos técnicos. Então o que acho mais legal é que você cria. É como se você fosse desafiado a produzir algo que sabe o resultado,

mas que você não chega a esse resultado exato, e pode ser até que você possa incrementar o resultado. Quando você coloca uma especiaria na cerveja [...]. Na hora de comprar os seus insumos você escuta uma dica de uma pessoa que usou um malte adicional, você coloca a aveia na cerveja (que eu gosto muito) para ela ficar mais cremosa. Então tudo é legal e você não sabe qual vai ser o resultado, mas que vai ser algo que você criou e que vai ser possível de você degustar como apreciador de bebidas, e que você pode inovar.

P: E vocês percebem alguma diferença desse lazer que vocês fazem na cerveja em relação aos demais lazers que vocês têm? E aí eu vou puxar bem para essa conversa do artesanal, quando a C. falou de controlar o processo e o L. falou sobre não controlar, talvez alguma coisa do tipo anticonrole, ou da tentativa do controle. Tem alguma diferença a outros lazers que não são tão acessar mais assim? Você consegue ver alguma diferença disso?

C3: É essa ideia do pronto né? Porque hoje em dia se você for pensar entendo de lazer, o que vendido é a experiência. Então se você vai no shopping, você vai lá para consumir uma experiência que eles estão te propondo, como uma experiência de consumo, por exemplo. Então você vai lá para consumir e viver esse tipo de experiência. Se você vai no clube você vai consumir uma experiência tal. No caso da cerveja, vamos pensar em uma loja de insumos que quer te vender essa experiência, para cada um ela vai ser muito diferente, porque não tem como padronizar. É como eu te falei: às vezes você acha que ama cerveja, é uma cerveja, mas na hora que você vai fazer você não dá conta, não consegue se organizar, ou é chato, ou demora... então acaba que é um negócio que não é para todo mundo. Porque como é uma questão artesanal e não tem nada pronto ainda no processo, até a experiência vai ser diferente. Por exemplo, quando você vai no shopping, não que a sua experiência vai ser igual porque todas as experiências são diferentes, só que tem a chance de ela ser um formato bem parecido. No caso da cerveja artesanal, isso muda muito a cada produção, porque você não depende só de você ali, não tem nada pronto.

P: Como é esse lazer comparado aos outros lazers que você tem? Eles se aproximam no sentido de construir coisas e de controlar as coisas mais ou menos, ou é diferente de outros lazers que você simplesmente consome?

C5: Eu vou falar que é diferente, pelo menos falando comigo. Os meus lazers hoje são encontrar com meus amigos sentar para ver um jogo de futebol, fazer cerveja... Basicamente encontrar com os amigos para fazer cerveja, e o grupo do futebol. Viajar também eu gosto muito. A diferença é que os outros lazers que eu faço são pontuais. Então vamos juntar à turma para ver um jogo no bar: a gente chega às 15h, o jogo acaba às 18h e 18:30 todo mundo já foi embora. Vamos combinar com a turma para viajar: a gente viaja e faz uma semana fora e volta para casa e é vida que segue. A cerveja não: a cerveja é uma coisa que você faz e você vai ter primeiro a expectativa do resultado; segundo é que quando ela fica pronta, com esse resultado você vai ter meses e meses de satisfação pelo feedback que você tem. Em relação ao prazer que eu sinto em fazer cerveja eu te

falo que é praticamente o mesmo, com a única diferença que eu saio mais cansado no final das contas, mas o prazer é o mesmo,

P: E esse prazer você consegue comparar, tirando a primeira [cerveja] que foi uma coisa apreensiva, mas é uma certa realização que se movem ao longo do tempo?

C5: sim, é uma realização que só tende a aumentar, porque a partir do momento em que você vai aprimorando o seu processo, estudando mais, você só vai melhorando e conseqüentemente o seu prazer com o resultado vai ser maior.

P: Isso é diferente de outros lazeres que você tinha?

C6: Não. Na época eu comecei a fazer cerveja faz escalada esportiva, e na escalada esportiva era um lugar que eu me encontrava, me liberava completamente, então me dedicava muito e fazia aquilo. Então eu acho que [fazer cerveja] foi uma extensão a mais, Era uma coisa mais porque com escalada já sentia aquilo e depois eu consegui sentir aquilo com a cerveja, eu tinha a mesma sensação. Hoje eu jogo tênis e quando eu jogo eu desligo de tudo e de todos os problemas.

Destaco na fala de C6 o fato de que este sujeito foi o único que respondeu que a produção de cerveja foi apenas mais um lazer nos moldes dentro dos quais ele se propunha a vivenciar, conforme pode ser lido no trecho de fala apresentado. Neste sentido, algumas questões são levantadas em contraponto às demais falas apresentadas: seria possível pensar em um sujeito que fosse capaz de se engajar em inúmeras atividades de lazer com estes sentidos atribuídos todos (devido às questões de tempo, dinheiro, energia, por exemplo)? Será que, conforme abordado anteriormente, o lazer pode ser considerado como ‘melhor’ ou ‘pior’ que outro, dada sua natureza mais ou menos ‘pronta’ (pensando aqui em pronto a partir do exemplo apresentado na resposta acima transcrita). Seria possível afirmar categoricamente que produzir cerveja causa essa sensação de emancipação para todas as pessoas que a praticam e, extrapolando este ponto, será que existe uma atividade de lazer que seja universalmente emancipadora?

É certo que responder a essas questões não é a intenção deste texto. No entanto, cabe a consideração já apresentada em discussões anteriores: o lazer é algo de percepção individual, logo podemos pensar que não há lazer ‘melhor’ ou ‘pior’. Ele seria bom ou ruim a partir da percepção, dos gostos, da cultura e da construção histórica de um sujeito ou um coletivo de sujeitos que se engajam em determinadas atividades. Neste sentido, considerar que uma atividade de lazer seria universalmente emancipadora é, ao mesmo tempo, desconsiderar justamente o elemento que é mais central: o próprio sujeito.

Ainda, sendo considerada como ocupação, é praticamente impossível engajar-se em inúmeras atividades que requeiram investimento de tempo prolongado. Neste sentido, para explicar essa colocação, tomemos como exemplo o trabalho: como ocupação central na idade adulta, o trabalhador se vê, por vezes, incapaz de engajar-se em atividades de lazer (conforme já apontado em reflexão anterior). Ora, por que com as atividades de lazer seria diferente? Considerando que o engajamento na produção de cerveja caseira requer tempo, é possível que o sujeito disponha de uma organização da rotina onde caiba mais uma ou duas atividades que requeiram o investimento deste mesmo tempo. Como este sujeito (possivelmente) não abrirá mão de vivenciar atividades de lazer, é possível inferir que essas atividades serão justamente as consideradas prontas e, neste sentido, é importante considerar que este lazer pronto também possui um papel fundamental na organização da rotina destas pessoas.

2.3 Práxis, lazer e produção de cerveja.

Escrevemos anteriormente sobre a noção de ocupação: atividade na qual o sujeito se engaja, intrinsecamente motivada, que gera senso de competência, enraizada em determinada cultura. Cabe, no entanto, explorar o conceito de atividade inserido na ocupação, na medida em que pode ser considerada uma fração ou um componente desta. Para tal abordaremos brevemente a noção de atividade, conforme proposto por Vázquez (1977).

Assumirei, inicialmente, que atividade essencialmente humana é aquela na qual os sujeitos produzem algo de forma consciente. Essa produção, no entanto, difere da atividade biológica na medida em que possui como elemento central a finalidade. Ainda, a atividade pode ser dividida em dois elementos: o ideal e o real. No primeiro, há projeção do resultado esperado, ou projeção do produto. No segundo, há a concretude do produto (que pode este ser concreto ou abstrato - no caso de uma produção intelectual, por exemplo).

Aplicando essa reflexão na produção de cerveja caseira, temos que, enquanto prática de lazer, é uma atividade essencialmente humana. Analisando as etapas da atividade, teríamos: a concepção do estilo, o desenho da receita, a brassagem, a fermentação, a maturação, o envase, a refermentação. Ora, estas etapas são concebidas inicialmente em um formato no qual o cervejeiro, já na concepção do estilo, idealiza a

cor, o cheiro, o teor alcoólico, o sabor. Durante o processo de produção, o produto deste ideal vai ganhando corpo e sendo construído, até o produto real: a cerveja⁴⁰.

Ainda, é possível observar que a produção de cerveja (a despeito da cerveja em si), é uma atividade na qual os sujeitos planejam demais aspectos contextuais, como convidar amigos ou não, a música que vai ouvir, a organização do espaço. Desta forma, é possível admitir que a produção de cerveja supera a cerveja em si, sendo determinada por fatores contextuais sob duas perspectivas: a do sujeito e a do contexto⁴¹. Essa reflexão é importante para pensar o lazer na perspectiva da práxis, exercício que nos propomos a seguir.

Ao envolver-se em uma atividade de lazer, o sujeito idealiza uma ação. Essa ação possui um produto (inicialmente ideal) em um determinado contexto que é transformado pela atividade em si (e se torna real). O sujeito, neste processo, não está desconectado do seu produto⁴², logo que constrói este produto e simultaneamente se constrói enquanto sujeito de ação, sendo esta a característica central da práxis transformadora. Dadas estas considerações, defendemos que a produção de cerveja caseira, para estes sujeitos, é práxis. Analisemos.

A atividade essencialmente humana deve ser material, real e objetiva, consciente e teleológica. A práxis, por sua vez, segue o seguinte caminho:

O objeto da atividade prática é a natureza, a sociedade ou os homens reais. A finalidade dessa atividade é a transformação real, objetiva, do mundo natural ou social para satisfazer determinada necessidade humana. E o resultado é uma nova realidade, que subsiste independentemente do sujeito ou dos sujeitos concretos que a engendraram com sua atividade subjetiva, mas que, sem dúvida, só existe pelo homem e para o homem, como ser social (VÁZQUEZ, 1977, p.194).

⁴⁰ Ao final de uma brassagem de cerveja, sempre se terá cerveja, invariavelmente. O que pode ocorrer é o cervejeiro errar na confecção da receita ou algum procedimento (tanto nas etapas de cocção quanto de fermentação e refermentação) e produzir fora do estilo desejado inicialmente ou contaminar a cerveja. Nestes casos, falando por experiência própria, confesso que há um sentimento de certa frustração por não ter alcançado os parâmetros idealizados, com um misto de alegria por ter conseguido produzir a cerveja (e faço essa consideração como um cervejeiro iniciante).

⁴¹ Utilizo a terminologia contexto para determinar também o ambiente. Considero, então, que o ambiente é o aspecto físico do contexto (a casa, o sítio, o quartinho de produção) e o contexto são os elementos subjetivos que permeiam a produção (a escolha da música, a companhia).

⁴² Para Marx, a teleologia é realmente a única característica que está presente exclusivamente na atividade essencialmente humana: ela representa a criação de uma realidade ainda não existente (atividade ideal, portanto) mas que está prestes a ser reconstruída a partir do trabalho. A alienação, desta forma, é justamente o descolamento da consciência sobre a atividade e, conseqüentemente, a perda do reconhecimento do sujeito na própria atividade, tornando-a natural, mas não essencialmente humana.

Para que este caminho seja trilhado, apoiamo-nos nos elementos que compõem o processo de trabalho, conforme apresentado por Marx são: a atividade teleológica, o objeto do trabalho e os meios de produção (MARX, 2013). Debruçamo-nos especificamente sobre os meios de produção, elemento extra adicionado na discussão. Com os meios (ferramentas) é que o homem pode, por meio de seu trabalho, modificar a natureza e transformar sua ação ideológica em ação concreta.

Como no modo de produção capitalista o fruto do processo de trabalho (o produto) é do capitalista, que detém justamente os meios de produção e compra a força de trabalho do trabalhador, este último arrisca-se a alienar-se do seu processo de trabalho, não se reconhecendo neste (trabalho alienado), ou seja, o caráter teleológico do trabalho se desfaz e, conseqüentemente, a práxis.

Aplicamos este pensamento na produção de cerveja caseira: como atividade essencialmente humana, conforme apresentado, coexiste como ideal e real e teleológica. Como atividade transformadora da natureza, o cervejeiro utiliza ferramentas para transformação pela atividade, tendo incorporado no produto o trabalho em si. Como lazer, considerado ação central na vida do sujeito, possui relação com elementos materiais da construção histórica do cotidiano do cervejeiro, sentido atribuído e nexos cultural.

O processo criativo durante a produção de cerveja caseira teve centralidade atribuída pelos produtores na medida em que percebem que, ao produzir a cerveja, se colocavam em larga escala no processo produtivo. O processo criativo, mesmo considerando a necessidade de seguir passos pré-definidos de produção, é um elemento central nesta atividade.

CI: No momento eu não compararia fazer a cerveja com outros processos de lazer, a grosso modo. Mas que, no meu caso, fazer cerveja me desafia a me mover mais nos processos de fabricação e desafios criativos, sim. Agora, considerando essa importância da atividade, para o que as pessoas direcionam, o que eu chamaria atenção é da própria forma com que as outras pessoas fazem as atividades. Chamar a atenção hoje que o processo é criativo, chama atenção do outro cervejeiro caseiro que pode produzir a sua cerveja, mas não preocupado com essa relação dele com o produto final, a cerveja, e a relação dele com a finalidade disso, no cotidiano dele. Esse é o contraponto que eu faço. E por isso até que esse meu exercício de aprender mais, dialogar mais, entrar em contato com pessoas que fazem também, para trocar receitas experiências e técnicas, para de repente somar uma frente de produtores caseiros que fazem cerveja não para uma finalidade de mercado, de venda ou de simplesmente status estético (de uma realização pessoal, de amigos e etc.), e acabar migrando para fazer dinheiro com isso.

P: E a ideia de criar coisas? Na hora que você está produzindo a cerveja e brassando, de alguma forma você sente que você se faz no processo de criação? Você também se reconstrói constantemente com o processo de criação? Na hora de elaborar uma receita ou de inovar em um processo de produção, por exemplo?

C6: Não sei, talvez nessas horas sim, porque você tem que tirar uma outra ideia, mas durante o processo de produção eu acho que é pelo contrário, eu acho que eu tentava ser eu, aquele eu que estava escondido sabe? Porque eu acho que na nossa vida a gente fica escondido, nesse borbulhar das coisas loucas na vida a gente se esconde né? Eu acho que na hora que eu estava fazendo cerveja era o meu eu mesmo, interior, que algumas vezes ficava escondido e era a hora que ele era libertado. Então eu não sei se isso é uma forma de recriar ou é uma forma de exaltar aquelas qualidades que eu tenho e que eu não conseguia de mostrar para a sociedade ou pela forma que eu trabalhava na época. Porque naquela hora era uma hora em que só depende de mim e daquilo mesmo

A produção de cerveja, para estes sujeitos é uma forma de, em alguma medida, expressar a criatividade no desenvolvimento das receitas. As falas, embora nem sempre de forma explícita, apontam que estes sujeitos buscaram (e conseguem quando produzem cerveja), empoderar-se e apropriar-se da ação, ou seja, é possível inferir neste caso que há uma tentativa de superar certa lógica alienadora dos lazeres que chamarei aqui de **prontos**⁴³.

Para estes sujeitos, ainda, a principal diferença entre a produção de cerveja e os lazeres prontos está no fato de que, no primeiro caso, há possibilidade de vivenciar o lazer do início ao fim, conhecendo e transformando a realidade desta prática, na mesma medida em que exercitam a sua criatividade.

P: E vocês percebem alguma diferença desse lazer que vocês fazem na cerveja em relação aos demais lazeres que vocês têm?

C3: É essa ideia do pronto né? Porque hoje em dia se você for pensar dentro de lazer, o que vendido é a experiência. Então se você vai no shopping, você vai lá para consumir uma experiência que eles estão te propondo, como uma experiência de consumo por exemplo. Então você vai lá para consumir e viver esse tipo de experiência. Se você vai no clube você vai consumir uma experiência tal. No caso da cerveja por mais que eles tentem te fornecer, vamos pensar em uma loja de insumos que quer te vender essa experiência, para cada um ela vai ser muito diferente, porque não tem como padronizar. Porque como é uma questão artesanal e não tem nada pronto ainda no processo, até a experiência vai ser diferente. Por exemplo: quando você vai no

⁴³ Grifo meu. Usarei essa expressão para determinar experiências de lazer nas quais os cervejeiros apontaram como prontas ou dadas, em algum momento das entrevistas (p.ex. idas ao *shopping*, cinema, estádio, assistir filmes, jogar futebol ou *videogames*, etc.).

shopping, não que a sua experiência vai ser igual porque todas as experiências são diferentes, só que a chance de ela ser um formato bem parecido, no caso da cerveja artesanal isso muda muito a cada produção, porque você não depende só de você ali, não tem nada pronto.

Corroboram com esta percepção três pontos: 1) o fato já citado anteriormente, sobre a adaptação de equipamentos e a atribuição de valor destes sujeitos para este ponto em específico; 2) as falas dos entrevistados, que indicam a produção de cerveja como um lazer que difere completamente dos demais vivenciados (que são apontados como experiências mais pontuais do cotidiano) e; 3) as percepções pessoais das minhas brassagens: nas minhas experiências de produção caseira, é sempre notável o fato de que o processo todo permite que o cervejeiro crie e recrie possibilidades de melhorar/incrementar o processo em si, experimentar sensações diferentes (do júbilo ao desespero) sobre sua cerveja e, talvez o mais marcante de todo o processo, seja consumir e ver pessoas do seu círculo de amizade consumindo o seu produto. Este ponto, em específico, gera ansiedade e alegria ao mesmo tempo. É uma sensação de trabalho realizado, de finalização e, além disso, de finalidade do processo⁴⁴.

No sentido teleológico da produção de cerveja, então, talvez seja necessário considerar os processos de enfrentamento do modo de produção capitalista, alienante. Neste caminho, o sentido atribuído e comum aos que participaram da pesquisa está depositado em certo enfrentamento de uma realidade que nos empurra, constantemente, para cenários mais construídos do que a construir, no sentido da expressão praxica e criativa, para a produção e consumo em série, que nos afasta do que é essencial para os sujeitos, ou seja, os próprios sujeitos. É possível inferir que, ao se engajar na produção artesanal de cerveja, os cervejeiros se (re) constroem como sujeitos ativos do seu processo de vida (em larga medida ancorados no processo de produção em si) e passam

⁴⁴ Existe uma situação neste caso que considero importante ser relatada: há dois meses, aproximadamente, fiz uma cerveja em casa. Desenvolvi a receita, comprei os insumos e produzi tudo. A cerveja (e vou dizer isso porque é verdade), não ficou ruim, mas fugiu de parâmetros importantes que eu não controlei no decorrer da brassagem. Em uma reunião com amigos, levei uma garrafa e pedi que um deles, *sommelier* de cervejas e *chef* de cozinha, fizesse uma avaliação. É certo que não foi uma avaliação positiva em 100% dos pontos, pois a cerveja estava fora dos parâmetros. Ser criticado, no entanto, não me gerou uma sensação de desconforto (muito porque este amigo fez a crítica com bastante delicadeza), muito pelo contrário: me colocou em uma posição na qual eu sabia que precisaria prestar atenção nos parâmetros que tinha errado. Essa experiência, obviamente, não pode ser extrapolada para os demais cervejeiros, mas talvez sirva para ilustrar que nem sempre o trabalho do cervejeiro será elogiado, o que não diminui e nem aumenta a experiência de produção.

desta forma, a assumir maior liberdade para também criar e recriar este processo de forma mais autônoma.

C7: eu tenho um vínculo bem grande com essa coisa assim, do faça você mesmo, desde sempre sabe? Eu me realizo muito nisso. Não só na cerveja, mas em qualquer coisa que eu puder fazer para mim mesmo, que funcione, que eu sinta ali, que eu podia ter comprado um produto pronto e me envolvi e quebrei a cabeça ali e deu, eu tenho muito prazer nisso. Eu uso Linux, que eu acho que tem um pouco de uma coisa similar... fumo maconha e sempre quis muito plantar minha maconha e não pode né? Então sempre teve algo... eu tenho muito essa vontade. Essa coisa com a biologia também, tenho vontade muito forte de plantar coisas para comer, ter isso de produzir a própria vida, saca? A coisa do Linux eu vejo dando um estilo de prazer similar assim: que é uma dor de cabeça sem fim, é um negócio que claramente é muito mais chato do que você comprar pronto ali sabe, se você tem o dinheiro. Se você usa um Windows ali, ou um Macintosh, vai ter aquela solução ali, vai resolver e acabou. Se você tem dinheiro ali, você vai lá e compra uma cerveja daquela marca que você já conhece, daquele estilo que você já conhece e acabou, vai ser sucesso garantido, vai ser bom. Mas não me apaixona, não dá o mesmo gostinho que dá quando você consegue resolver o problema que seu computador deu no Linux, que você teve um conflito, que tem um negócio que não está funcionando, que você vai lá na linha de comando, estuda, lê, entende o que está acontecendo, vai atrás de muito fórum 'ah, agora funcionou!'. E a cerveja é a mesma coisa assim, a última produção deu isso e deu isso 'e eu queria mudar um monte de coisas', e você vai lá e vai atrás de informação e no final você vê o resultado acontecendo assim. Eu tenho uma ligação muito forte com isso e eu vejo que as coisas que eu me divirto tem muito a ver com isso também; andar de bicicleta, que de certa forma é uma coisa que você mesmo está produzindo a sua própria diversão, que assim, ir para lugares fazendo o seu próprio trajeto, fazendo a sua própria força, saca? Eu alinho muito essas coisas todas mais ou menos em um mesmo sentido, que é algo que eu trago já dentro de mim desde que eu comecei, quando eu era adolescente e ficava viajando no movimento punk e nas coisas ali e no sistema e no capitalismo mesmo, que é uma forma de tentar fazer o seu próprio 'rolé', o mais possível. Eu nunca me envolvi tanto com coisas que envolvem dinheiro. Não consigo ter tanto prazer assim... não é que não envolva dinheiro, porque obviamente tudo isso envolve dinheiro, mas que seja um produto mesmo, que seja uma solução, que você bota dinheiro e a coisa acontece: 'ah, eu vou num show tal' e dei a grana e pronto. Não é o tipo de situação que eu me divirto mais.

A citação acima ilustra a questão apresentada: o cervejeiro, ao produzir cerveja, deposita no processo de produção a percepção de uma construção da sua práxis, ou seja, do seu fazer criativo. A importância deste fazer na construção histórica do sujeito está diretamente conectada com a possibilidade de se reconhecer no processo e de ter a

própria identidade no produto/processo desenvolvido. Este é um contraponto importante à questão dos lazes nos quais os sujeitos vivenciam experiências mais ‘acabadas’ (aquelas identificadas como lazes prontos para os cervejeiros): o lazer, que chamarei aqui de artesanal⁴⁵.

Um dos cenários percebidos durante o processo da pesquisa e também apontados pelos cervejeiros foi o fato de que, em algum momento, as pessoas intencionam começar a produzir cerveja profissionalmente para comercialização.

Talvez, nesta etapa de transição, um aspecto importante a ser mencionado seja o fato de que as receitas passam a ser replicadas sistematicamente. Se por um lado isso atende o desejo do cervejeiro em seguir um trabalho prazeroso, por outro o expõe ao risco de ceder a determinadas situações que podem suprimir este prazer, justamente por deixar de vivenciar o processo criativo por ele mesmo, que passa a atender as regras de mercado e do capital.

Ora, há que se questionar em que momento e as motivações para que essa transição ocorra, pois foi bastante corriqueira a citação, tanto de intenção quanto de concretude deste processo (certamente não é objetivo deste texto discutir de forma aprofundada este fenômeno transicional, embora há que se levar em consideração que este fenômeno também faz parte desta prática de lazer). No entanto, os sujeitos que optaram por permanecer produzindo cerveja apenas no âmbito do lazer, identificaram que esse processo de transição afeta diretamente o processo criativo, justamente pela necessidade de submeter-se à produção em série e à padronização.

As falas abaixo ilustram a percepção dos cervejeiros que decidiram permanecer exclusivamente na produção caseira⁴⁶: a convergência de percepções nas duas falas está no fato da padronização de procedimentos (em relação ao processo de produção propriamente dito e em relação ao controle sanitário) e à questão específica da atividade artesanal. Enquanto na primeira citação essa percepção ocorre de forma explícita, ou seja, o sujeito coloca a transição para o comercial como uma perda, em alguma medida, da possibilidade que este sujeito possui de dedicar-se ao processo criativo e à construção da práxis, já que deverá atender determinadas questões de mercado (como os

⁴⁵ Chamo aqui de lazer artesanal as atividades que são consideradas lazer pelos sujeitos que a vivenciam e que, na percepção destes mesmos sujeitos, possuem algum processo reconhecidamente construtivo e prático, independente da atividade desenvolvida. Neste sentido, conforme exemplo anteriormente citado, jogar futebol, ir ao cinema ou ao *shopping*, por exemplo, podem ser considerados lazes artesanais, desde que na percepção dos sujeitos praticantes destas atividades.

⁴⁶ Embora na segunda citação o cervejeiro tenha indicado o desejo da promoção de um curso, esse planejamento não foi tocado adiante. É um sujeito que ainda continua na produção caseira, por lazer, e vem se dispondo a fazer consultorias (todas gratuitas) a outros cervejeiros que estão iniciando na prática.

estilos de cerveja mais consumidos, receitas que atendam padrões de paladares que sabidamente vendem mais, para citar exemplos).

Já a segunda fala, embora faça um apontamento claro sobre o controle sanitário da produção, colocando esse elemento com central para o cervejeiro que deseja transicionar para o comercial⁴⁷. Embora os enfoques pareçam distintos, é claro que em ambos os casos a questão da padronização da produção é um elemento que permeia a preocupação dos dois sujeitos. Este ponto é importante, pois é possível estabelecer um paralelo com a ideia do lazer padronizado, já abordado anteriormente.

P: O sujeito enquanto ele constrói a receita ele se constrói em alguma medida?

C1: sim.

P: Isso se perde quando ele vai para o lado comercial?

C1: Sim, porque ele vai responder às padronizações, porque vai responder à receita, vai responder ao rótulo, ficar preocupado em utilizar técnicas de engenharia ou de administração para aquilo não acontecer, para eu diminuir cada vez mais o risco de ter uma contaminação, um off flavor, eu vou ficar preocupado com o processo que é muito fixo e que meu produto final tem que ser aqueles sempre, porque o mercado quer aquela cerveja daquele jeito. Então ele perde. Ele praticamente não se envolve mais nesse processo de criação, a não ser que ele crie uma outra cerveja ou uma outra receita, mas que depois vai se padronizar. Ele cria, mas padroniza. Então a finalidade não é para o empoderamento pessoal, para uma educação com o meu círculo de convivência com a minha família, como estimular as pessoas a se desafiarem na culinária na cerveja, não. A minha preocupação é criar para o mercado e para o consumidor de cerveja artesanal. Eu ainda tenho um 'semacol' de colocar cerveja artesanal, que é uma cerveja que tem mais cara de fábrica do que de casa, então ele se perde. É o que acontece nessa migração.

P: Só Para retomar uma fala do início a nossa conversa será que esse lazer construtivo, em alguma medida também não é apropriado pelo sistema capitalista, e isso de alguma forma não conduz o cervejeiro de panela a se prostituir para o sistema e subverter o próprio lazer em prol do dinheiro ou do acúmulo de dinheiro? Você percebe isso como uma realidade?

C4: você acabou de fazer essa pergunta para uma 'prostituta arrependida'. Eu tentei promover um curso há alguns uns dias atrás em parceria com uma estrutura que já está montada do meu amigo (R. e a mãe dele) e infelizmente isso não poderia ser gratuito. Estabelecemos então um preço para isso. A mesma coisa vai ser na semana que vem no final de semana (mas aí já com o abatimento gigante e com uma realidade... enfim). Hoje você perguntou para um cervejeiro caseiro que quer ensinar de graça e não quer nada com isso, assim como minha mãe nunca ganhou nada ensinando a fazer

⁴⁷ N.A.: este sujeito, em específico, está cursando a faculdade de gastronomia, o que possivelmente ajuda a explicar a preocupação com a questão sanitária.

bolo de cenoura, mas que ainda não conseguiu viabilizar isso de forma gratuita. É uma prática e uma realidade: todo mundo que eu conheci que de forma muito satisfatória conseguiu fazer no ambiente caseiro, sem controle laboratorial, sem controle de contaminação, sem controle de higiene, e quer ganhar dinheiro com isso, eu tenho um pouco de receio. Mas ao mesmo tempo eu tenho grande admiração por quem há 20 anos atrás foi montar um carrinho de cachorro-quente e começou a sair vendendo cachorro-quente na cidade e tornou também a cidade melhor. Eu sou grato por todos os cachorros quentes que eu comi em Belo Horizonte sem controle da ANVISA e não morri... passei mal algumas vezes no dia seguinte por causa de alguns, mas não morri. Então eu não acho também que seja a solução para tudo. Mas de fato não me conforta a ideia de ganhar dinheiro de qualquer forma. Acho que é preciso respeitar os processos e os procedimentos e os critérios mínimos que regulam o que é higiene no sistema que você vive. É preciso respeitá-los. Mas também é preciso desafiá-los, e desafiar não é colocar um produto na rua de qualquer forma feita de qualquer jeito para concorrer com aqueles que são feitos dentro desses critérios e sob essas regras, mas desafiar mentalmente e essencialmente: 'O que é que é isso que eu estou bebendo, o que eu estou comendo?'. Porque ao invés de comprar o bolo de cenoura da Seven Boys não comprar o bolo de cenoura de uma outra marca ou então comprar cenoura e fazer o bolo em casa? Sei lá, não sei se eu fugi de novo da pergunta.

3. O contexto do produtor de cerveja caseira: barreiras, facilitadores e outras percepções

Nesta seção do texto me proponho a identificar e descrever aspectos que permeiam o ambiente e contexto da produção de cerveja caseira, essencialmente no que diz respeito às barreiras e facilitadores, bem como questões diversas apontadas pelos entrevistados e percepções que não foram enquadradas nas categorias empíricas.

Inicialmente, cabe dialogar com os conceitos de ambiente e contexto, a partir da proposta de percepção da terapia ocupacional para os termos. Embora os dois conceitos sejam intimamente conectados, há uma diferença fundamental entre estes: o ambiente diz respeito a cenários concretos nos quais as ocupações ocorrem, ou seja, pode ser claramente observado. O contexto, por sua vez, diz respeito a cenários não observáveis inicialmente, mas que constantemente permeiam a vida dos sujeitos e influenciam na vivência de suas práticas cotidianas (AOTA, 2014).

Para a *American Occupational Therapy Association* (AOTA) (2014), o ambiente divide-se em físico e social. O ambiente físico está relacionado ao que é natural ou construído (p.ex.: florestas, rios, prédios, parques, casas), enquanto o ambiente social diz respeito às relações estabelecidas entre os sujeitos, incluindo aí as expectativas dos grupos das quais os sujeitos participam. Já o contexto pode ser dividido em cultural (que

inclui crenças, padrões que as atividades e ocupações são desenvolvidas/vivenciadas e padrões de comportamento social); pessoal (no qual são consideradas as características individuais dos sujeitos, como gênero, classe social, *status* socioeconômico e nível educacional); temporal, que inclui a fase da vida ou o período do dia/mês/ano ou, ainda, a duração da atividade e; virtual, no qual são consideradas as relações, em tempo real ou não e que não possuem presença física dos sujeitos. Consideramos relevantes tais esclarecimentos no sentido de tecer correlações conceituais entre o ambiente e contexto e a prática cervejeira.

3.1 As barreiras encontradas para a produção de cerveja caseira

Apresento, a partir deste ponto, as barreiras citadas pelos cervejeiros e observações do diário de campo, no sentido de apresentar e descrever as barreiras e facilitadores para a produção de cerveja. Inicialmente, retomo a questão do ambiente na produção de cerveja: é necessário, conforme apontado anteriormente, que o cervejeiro possua um local para a produção, sendo este ponto um aspecto chave da prática de lazer na medida em que o espaço, desde a guarda dos equipamentos e insumos até o armazenamento para a maturação⁴⁸ e envase. Neste sentido, é importante considerar que uma estrutura mínima para a prática é necessária, o que considerarei como as duas barreiras iniciais para a produção de cerveja: o espaço e o custo de produção.

A questão do espaço para a produção tem relação direta com o ambiente. Embora não tenha sido mencionado diretamente pelos produtores entrevistados como uma barreira para a produção⁴⁹, isso foi possível ser percebido durante os acompanhamentos das brassagem e durante as produções próprias. Em todas as brassagens acompanhadas, os locais foram sempre amplos (chácaras, casas, quintais), à exceção de uma brassagem, que ocorreu em um apartamento⁵⁰.

⁴⁸ O processo de maturação requer um controle específico de temperatura, para que o fermento tenha sua ação inibida e sabores e cor sejam incorporados no mosto cervejeiro, usualmente a 0° C. Neste sentido, para a produção caseira o cervejeiro deve ter à disposição, minimamente, uma geladeira (que pode ser de uso compartilhado com demais alimentos e bebidas da casa ou, ainda, uma exclusiva para a maturação).

⁴⁹ Reflito aqui se o ambiente não foi apresentado explicitamente como barreira pelos produtores justamente porque eles são cervejeiros. Talvez, neste caso, a percepção de ambiente como barreira apareceria para sujeitos que não produzem cerveja caseira.

⁵⁰ Vale destacar, para conhecimento, que embora este apartamento seja consideravelmente menor que os outros locais de brassagem, em termos de área construída, possui um quarto nos fundos (uma dependência de empregada) no qual toda a estrutura para a produção de cerveja era feita.

Dados do Censo 2010 mostram que a maioria das residências no Brasil possui cinco cômodos⁵¹ (sala, cozinha, banheiro e dois quartos), seguido dos domicílios com seis cômodos (sala, cozinha, banheiro e três quartos) e quatro cômodos (sala, cozinha, banheiro e um quarto), respectivamente. No entanto, em termos de quantidade de moradores, os domicílios com quatro cômodos possuem as maiores quantidades de moradores (BRASIL, 2012), o que torna possível inferir que a quantidade de espaço nesses ambientes é menor, se pensarmos na distribuição de cômodos das casas⁵². Ora, a necessidade de espaço para a guarda de materiais é algo inerente ao processo de produção de cerveja.

A partir das observações e dos dados apresentados, é possível perceber que os produtores de cerveja (observados e entrevistados) possuem um lugar específico para a produção, seja na própria residência ou não. No caso de ser na própria residência, foi possível observar locais amplos, normalmente destinados para esta prática de lazer. Além disso, havia sempre uma estrutura montada para a produção de cerveja (fogareiros móveis, bases de apoio⁵³ para as painéis, armários para a guarda dos materiais, barris fermentadores/maturadores, por exemplo). Essa estrutura, no caso da produção que ocorreu no apartamento, era completamente adaptada ao espaço disponível: o quarto de empregada foi destacado para a guarda dos materiais (lá estavam equipamentos, ferramentas e insumos em uma estante de ferro com cinco prateleiras). O *freezer* de fermentação e maturação estava na área de serviço (era um *freezer* horizontal, alocado em um pequeno corredor de acesso da porta de entrada da área de serviço). Ali também estava o tanque e máquina de lavar roupas, que eram usados diariamente pelo cervejeiro e também para a circulação da água de resfriamento (no caso da torneira do tanque), enquanto na máquina de lavar era depositada a água com ácido peracético utilizada para a sanitização dos equipamentos⁵⁴. Ainda, um dos quartos do imóvel era destinado para a guarda de insumos e equipamentos diversos e menos utilizados para a produção de

⁵¹ Para o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) um cômodo é definido como um “compartimento do domicílio particular permanente coberto por um teto e limitado por paredes, inclusive banheiro e cozinha de uso exclusivo dos moradores do domicílio” (BRASIL, 2011 p.10).

⁵² Três ou quatro cômodos em um mesmo imóvel de, por exemplo, 50m², fariam diferença substancial na distribuição do espaço.

⁵³ Essas bases de apoio são úteis para fazer a transferência do mosto de uma panela para outra utilizando a gravidade. Essencialmente, são estruturas metálicas de diferentes tamanhos, que juntas formam o desenho de uma escada.

⁵⁴ Uma curiosidade interessante: nesta brassagem, especificamente, observei que a solução com ácido peracético é excelente para a limpeza de limo de pisos e azulejos. Da mesma forma, o cervejeiro me informou que esta mesma solução, quando utilizada para a lavagem de roupas, auxilia na eliminação de manchas deixadas pelo uso de desodorantes. O teste do piso eu já fiz e realmente funciona. Ainda não lavei roupas com a solução.

cerveja (panelas, colheres, material de manutenção - como garrotes e mangueiras, por exemplo - e insumos). Se comparado aos demais locais onde foi acompanhada a produção neste cenário houve uma diferença importante, pois todos os demais locais foram em sítios ou quintais amplos, que não necessitavam de adaptação do espaço, mas sim a distribuição dos equipamentos nestes. É possível constatar, a partir desta reflexão, que a questão do ambiente, para os cervejeiros, não se apresenta como uma barreira. Destaco que é uma percepção pessoal minha, que descrevo melhor na sequência.

Utilizarei como exemplo uma breve descrição do espaço que utilizo na minha casa para a produção de cerveja. É importante situar o leitor para esta escolha e não a descrição das demais casas onde acompanhei as brassagens (embora algumas citações já tenham sido produzidas no capítulo 1). Conforme aponte nos aspectos metodológicos do estudo, tive dificuldades em acompanhar mais brassagens do que acompanhei. Atribuo esta situação, principalmente, pela necessidade de criação de laços de confiança, necessários para adentrar as casas dos cervejeiros (ou não cervejeiros). Das brassagens que acompanhei, em apenas uma situação eu fui para a casa do sujeito (o que aconteceu, inclusive, por mais de uma vez), sendo este sujeito o irmão de uma aluna do Curso de Terapia Ocupacional no qual sou professor (ou seja, a indicação feita ao cervejeiro por um sujeito de confiança).

No entanto, mesmo nestas brassagens, o acesso à casa também ficou parcialmente restrito (parcialmente porque a casa me foi apresentada e, eventualmente, eu precisava utilizar o banheiro) ao local onde estavam dispostos os materiais e insumos para a produção de cerveja. Por esta razão, avalio a importância de apresentar ao leitor uma descrição mais ilustrativa de um ambiente pequeno para a produção de cerveja, sendo o único exemplo disponível a minha própria experiência.

Atualmente, utilizo para minha produção de cerveja um equipamento que me dá, ao final da produção, cerca de 4,5l. Para tanto, utilizo um equipamento básico (que será detalhado mais adiante). Para contextualizar a estrutura: moro em um apartamento com menos de 90m² com três quartos (uma suíte), sala, cozinha, banheiro social, área de serviço pequena e um banheiro de fundos (o qual utilizamos - eu, minha esposa e um filho - como depósito). Nesse banheiro-depósito está uma caixa com o equipamento cervejeiro. Minha produção é no fogão de casa e utilizo a geladeira da casa (sem controle de temperatura) para os processos de fermentação e maturação da cerveja.

A primeira dificuldade é entrar e sair do banheiro-depósito pois, como outros materiais estão armazenados neste local, o equipamento cervejeiro precisa dividir

espaço. Isso significa, na prática, que é necessário movimentar uma série de outras caixas para ter acesso ao objetivo. Contextualizado, vamos à reflexão: esse apartamento que moro, embora não seja um imóvel de grandes proporções, possui (ou foi arranjado) um espaço no qual foi possível armazenar os equipamentos.

A manutenção e manejo dos materiais dentro da cozinha pode ser um desafio também, logo que a caixa onde guardo todos os equipamentos é grande. Desta forma, é necessário que ela fique na área de serviço do apartamento (dividindo espaço com uma máquina de lavar e um tanque, bem como com vassouras, rodos e materiais de limpeza). É possível que a caixa fique na cozinha mas, para isso, é necessário colocar na sala as banquetas (são três banquetas que utilizamos para lanches e café da manhã).

O manejo dos materiais, após a arrumação do ambiente, não é dos mais difíceis. As panelas não são grandes⁵⁵, então é possível manter tudo na bancada da pia⁵⁶. As vezes em que foram percebidas dificuldades de manejo de equipamentos foi sempre quando houve a necessidade de compartilhar a produção de cerveja com a preparação do almoço ou jantar. Neste sentido, o ambiente compartilhado pode ser considerado uma barreira, pois o controle para evitar a contaminação da cerveja deve ser rígido (e do alimento, da mesma forma). Com um fogão de quatro bocas e uma panela que ocupa mais que o espaço de uma boca, alguém deve parar de cozinhar em diferentes momentos. Essa divisão é observada também durante a maturação da cerveja, quando os baldes fermentadores⁵⁷ são levados à geladeira.

Corroborando com essa percepção a colocação de C7 em uma fala sobre o espaço que possui para a produção de cerveja em sua casa, conforme ilustra o excerto abaixo:

C7: É realmente uma dificuldade [a questão do espaço] que eu pretendo resolver em breve assim com alguma mudança dentro minha casa [...]. Eu tenho um quarto aqui, minha cama está aqui, tem uma parede e aqui tenho passagem... E ali é onde eu faço cerveja e eu para acessar meu quarto eu passo dentro desse lugar [me contou isso mostrando com as mãos à disposição do espaço que ele tem para fazer

⁵⁵ Para a produção, geralmente, é preciso apenas uma panela, que pode ser utilizada tanto para o cozimento do malte (mosturação) quanto para a fervura do mosto. No entanto, a utilização de duas panelas otimiza tempo de produção, na medida em que a perda de temperatura após o cozimento é menor, devido à não necessidade de lavar a panela de cozimento antes da fervura (é só despejar o mosto na segunda panela e deixar ferver)

⁵⁶ A pia da cozinha possui um formato de L e, portanto, uma área de manejo possível para diferentes tarefas.

⁵⁷ O balde fermentador, embora tenha uma função óbvia (a de fermentação do mosto), também é utilizado para fazer a maturação da cerveja. A maturação, via de regra, é feita dentro da geladeira, pois a baixa temperatura coloca em suspensão o processo de fermentação, o que causa a atenuação da atividade e decantação da levedura, bem como a incorporação de sabores na cerveja.

cerveja. Foi possível perceber que é realmente um espaço pequeno até porque ele me contou que mora numa república e ele faz cerveja dentro do quarto dele].

A partir deste contraponto, é possível apontar o ambiente como uma barreira importante para a prática deste lazer, mesmo que não tenha sido apontado nas demais entrevistas e nem percebido durante o acompanhamento das brassagens. Ora, certamente não deveria mesmo aparecer como barreira considerando que, à exceção desta fala, os demais produtores possuíam locais bem delimitados para a prática, seja em casa ou não, conforme apontado anteriormente.

A segunda barreira observada, o custo da produção, está associado diretamente à necessidade de composição de uma estrutura inicial mínima para o início da produção (além da necessidade do espaço disponível para a vivência do lazer) e da compra de insumos (relacionados ao ambiente) e às necessidades que o permeiam. Estes aspectos, no entanto, são reconhecidos pelos cervejeiros entrevistados de duas maneiras diferentes. Na maioria das falas que abordaram este aspecto da produção, a questão da dificuldade da compra de materiais e insumos foi apontada como um entrave importante (e será tratada mais adiante), principalmente quando se trata do início da prática. No entanto, um dos entrevistados questionou essa afirmativa, no sentido de que a compra dos equipamentos e insumos é algo inerente à prática de produção de cerveja. Os excertos de entrevista abaixo podem ilustrar os contrapontos.

C5: É um hobby caro. Quer queira quer não, fazer cerveja é um hobby caro. Se você desconsiderar o investimento em equipamentos, os próprios insumos não são baratos. As minhas produções são baseadas em volume final de fermentador com 66 litros, para engarrafar 60. Eu não gasto hoje menos de R\$300,00 em insumos para fazer cerveja.

P: Por receita?

C5: Por receita. Então só aí não é uma brincadeira que você faz barata... Fora se você considerar o gás e energia elétrica. Considerando o só o insumo. Se você botar no papel a depreciação do equipamento, mão de obra, material que você usa paralelo a isso como, por exemplo o iodo para fazer o controle do açúcar, máscara, luva, material de sanitização, não sai um hobby barato.

P: Bom, então o dinheiro ainda é uma barreira.

C5: Com certeza

As falas acima destacam, além da questão da necessidade de, inicialmente, obter equipamentos para iniciar a produção cervejeira, uma discussão já abordada anteriormente, sobre a questão de classe social. Fato é que inerente ao processo de

produção há que se obter determinado equipamento para dar início à produção de cerveja. Neste sentido, é importante considerar que haverá um investimento inicial para a produção, seja ele para a compra destes equipamentos e insumos, seja para as compras recorrentes que devem ser feitas (maltes, lúpulos, fermentos, materiais de consumo). Por outro lado, o fato de haver um investimento inicial não garante que qualquer sujeito que desejar engajar-se nesta prática de lazer assim o fará, justamente pelo valor, por vezes elevado, dos equipamentos e insumos. Esta afirmativa é facilmente elucidada com uma conta simples: utilizando o valor (à época da entrevista) apresentado pelo cervejeiro, R\$300,00⁵⁸, equivale a 31,45% de um salário mínimo⁵⁹ no Brasil, ou seja, aproximadamente um terço do valor.

É importante considerar, na mesma medida, que o valor utilizado como exemplo acima é para uma produção de pequena a média, mas que requer uma série de equipamentos que ocupam espaço (e daí a necessidade de se morar ou utilizar um local para produção nos quais esses equipamentos sejam devidamente guardados e manuseados). Neste sentido, façamos um breve exercício de análise crítica, mas a partir da utilização de um equipamento de produção final de cinco litros de cerveja, estabelecendo uma relação percentual com um salário mínimo.

Inicialmente, vamos considerar a necessidade de compra do equipamento inicial⁶⁰ e insumos⁶¹ iniciais. Um *kit* pronto pode ser encontrado na internet no valor de R\$ 279,00 (sem o arrolhador - R\$74,00 - e ácido peracético - R\$50,00 - ou álcool 70° - R\$ 6,50 com um litro⁶² e a balança digital de cozinha - R\$14,00). O Quadro 1 mostra um compilado dos valores, com a correlação percentual ao salário mínimo, de um *kit* pronto para iniciar a produção de cerveja.

⁵⁸ Este valor, conforme apontado pelo próprio cervejeiro, visa a produção final de 60 litros de cerveja. Existem equipamentos que produzem quantidades menores, com menor quantidade de insumos, o que barateia o custo da produção, conforme as considerações apresentadas no próprio texto, na sequência.

⁵⁹ O valor do salário mínimo no Brasil, a partir de 01 de janeiro de 2018, é de R\$954,00.

⁶⁰ O equipamento inicial conta com uma panela com torneira, uma pá cervejeira, um termômetro culinário, dois baldes fermentadores, um *airlock* e tampinhas para as garrafas. Embora não sejam considerados equipamentos, existem outros aparatos necessários para que o cervejeiro inicie a produção, a saber: álcool etílico hidratado 70° INPM ou ácido peracético, para a sanitização dos equipamentos; um arrolhador (equipamento utilizado para a colocação das tampas nas garrafas) e uma balança digital de cozinha, para aferições diversas.

⁶¹ Os insumos podem sofrer variações de quantidades, mas é certo que inicialmente (e constantemente, para continuidade da produção), serão necessárias as compras contínuas de malte, lúpulo e levedura. A água, dependendo da preferência do cervejeiro, pode ser mineral (e, neste caso, também contada como insumo do processo), ou filtrada.

⁶² Considerarei, neste ponto, que a utilização do ácido peracético é mais vantajosa, no sentido de que a durabilidade do produto, por experiência na produção de cerveja caseira, é superior ao do álcool 70.

Quadro 1. Relação entre valores de equipamentos e insumos e o salário mínimo brasileiro

Equipamento / insumos	Valor em reais ⁶³	Correlação percentual com o salário mínimo brasileiro
<i>Kit</i> cervejeiro	R\$ 279,00	29,25%
Arrolhador	R\$ 74,00	7,75%
Ácido peracético	R\$ 50,00	5,24%
Balança digital de cozinha	R\$ 14,00	1,47%
<i>Kit</i> de insumos	R\$ 16,90	1,77%
Levedura (fermento)	R\$ 21,27	2,23%
Total	R\$ 455,17	47,71%

Fonte: Elaboração do autor.

Como é possível observar no quadro, o valor total para a aquisição de um *kit* inicial para a produção de cerveja com os insumos, considerando a menor quantidade possível de fabricação, corresponde a quase 50% do valor do salário mínimo brasileiro. Para estabelecer um comparativo mais concreto, em relação ao valor da cesta básica⁶⁴ (considerando o montante de R\$322,88, menor valor do Brasil, em Salvador), o custo inicial para produção de cerveja caseira é 41% mais alto do que o valor de uma cesta básica. Se observarmos o valor da cesta básica mais cara (R\$441,19 no Rio de Janeiro), o custo inicial para a produção de cerveja ainda é 3% maior.

Um trecho do diário de campo contribui para retratar essa realidade:

Diário de campo (24/11/2016): *Em relação aos equipamentos, o E. me disse que eles buscaram na internet o que era necessário, inicialmente, para a produção. Munidos dessas informações, eles compraram panelas, escumadeiras, garrotes, torneiras, mangueiras e montaram muitos dos equipamentos por conta própria. Atualmente, esses equipamentos são usados mais para as aulas [estes cervejeiros ministravam cursos de produção de cerveja caseira, à época], pois eram panelas que faziam de 20 - 40 litros [na época da coleta de dados, as panelas produziam um final de 100 litros, enquanto as panelas de produção de testes de receitas eram menores]. Ainda sobre os equipamentos, um apontamento que foi feito é que, quando é*

⁶³ Os valores constantes no quadro, referentes ao *kit* cervejeiro, arrolhador, ácido peracético e balança digital de cozinha foram consultados no sítio eletrônico: www.mercadolivre.com.br, no mês de maio de 2018. Os valores do *kit* de insumos e da levedura referem-se a um conjunto de insumos para a produção de uma cerveja de trigo e foram consultados no sítio eletrônico da loja Lamas Brew Shop (<http://loja.lamasbrewshop.com.br/kit-trigo-5-l-974#descricao>), conhecida pela venda de insumos e equipamentos cervejeiros em Belo Horizonte.

⁶⁴ Valor registrado pelo DIEESE em abril de 2018.

montado pelo cervejeiro (ou equipe, como era o caso), o custo é consideravelmente menor, até 60% menos (pelo que me disseram, um equipamento básico, hoje - panelas, baldes fermentadores, densímetro, termômetro, refratômetro, pá cervejeira e escumadeira - custa aproximadamente R\$1.500,00.

Façamos uma análise, a partir dos valores apresentados, de um indivíduo com renda de um salário mínimo, com o desejo se envolver na produção de cerveja como prática de lazer: este indivíduo deverá optar, ao menos uma vez, se compra uma cesta básica ou os equipamentos e insumos para a produção⁶⁵, caso deseje adquirir todos os equipamentos de uma só vez ou, ainda, cadenciar a compra dos equipamentos e insumos. É claro que a compra dos equipamentos iniciais, ao menos a longo prazo, é uma possibilidade. Neste sentido é importante, também, considerar o tempo que seria gasto pelo sujeito para a montagem do equipamento cervejeiro, no intuito de pensar o interesse para iniciar (e se manter) na prática do lazer. Em terapia ocupacional (me utilizando do referencial no qual minha formação está centrada), quando a demanda da atividade⁶⁶ apresenta-se elevada demais (seja porque é uma tarefa para o qual o sujeito ainda não está apto a desenvolver - p.ex.: contas matemáticas complexas para crianças) ou baixa demais (p.ex.: quebra cabeças simples para adultos), a tendência é que os sujeitos desinteressem-se pela atividade.

Neste pensamento, um sujeito que deseja engajar-se na produção de cerveja e encontra no tempo prolongado para iniciar a prática uma barreira inerente à atividade, pode sim desinteressar-se deste lazer (embora esse possa ser um fator importante, não é o único e nem determinante do engajamento por si só). A partir desta breve reflexão, levanto os seguintes questionamentos: qual o nível de interesse para o engajamento nesta prática de lazer? Qual a relação do sujeito com seu tempo (e neste ponto penso que seja importante considerar que a produção de cerveja, por si mesma, é uma atividade que demanda certo tempo até a obtenção do produto final - em torno de um mês, dependendo do estilo de cerveja que se produz)? Neste sentido, o interesse pela

⁶⁵ Considerando um equipamento pequeno, de cinco litros, e não um equipamento mais elaborado, como exemplificado no diário de campo.

⁶⁶ Demandas da atividade e da ocupação são os componentes das atividades e ocupações que os profissionais de terapia ocupacional devem considerar durante o processo de raciocínio clínico. Dependendo do contexto e das necessidades do cliente, essas demandas podem ser consideradas barreiras ou facilitadores para a participação. [...] Demandas da atividade ou ocupação incluem a relevância e a importância para o cliente, objetos utilizados e suas propriedades, as exigências de espaço, as demandas sociais, o sequenciamento e o tempo, ações necessárias e as habilidades de desempenho que exigem as funções do corpo e estruturas do corpo subjacentes (CAVALCANTI, SILVA E DUTRA, ELUI, 2015 P.31).

atividade seria mantido? Como essa questão afetaria a vivência do lazer para este sujeito: positivamente, no sentido de se tornar um desafio para o cozimento das receitas, ou negativamente, no sentido da criação de um quadro de ansiedade e, concomitantemente, certo sentimento de frustração por não conseguir vivenciá-la? São questões que não me proporei a responder neste texto, mas que avalio importante levantar para a reflexão sobre as diferentes representações do lazer para os sujeitos, bem como sobre a compreensão de diferentes práticas de lazer.

Continuando a discussão, é importante considerar que os equipamentos para a produção são permanentes no processo e que, desta forma, o gasto inicial seria diferente do gasto contínuo. Embora a redução no investimento em insumos seja consideravelmente menor que o gasto inicial, é ainda de se considerar que há a necessidade de um investimento. Ora, no exemplo apresentado acima foi destacado um *kit* para a produção de uma cerveja relativamente barata. No entanto, no que se refere aos diferentes estilos cervejeiros⁶⁷, há que se considerar que haverá variação na quantidade de insumos, o que certamente aumentará o custo da produção.

Destes dados, podemos tirar duas considerações: a primeira é que é fato que as correlações apresentadas tornam difícil corroborar com C4, quando afirma que esta prática de lazer não é elitizada ou burguesa e; que possivelmente o salário mínimo não cumpre o seu papel constitucional de ser “capaz de atender a suas [do trabalhador] necessidades vitais básicas e às de sua família com moradia, alimentação, educação, saúde, **lazer**⁶⁸, vestuário, higiene, transporte e previdência social” (BRASIL, 2016a p.18).

Sobre a segunda consideração, inicialmente, o Departamento Intersindical de Estatística e Estudo Socioeconômico (DIEESE) publicou uma nota à imprensa apontando que o valor do salário mínimo, para sustentar uma família de quatro pessoas, em março de 2018, deveria ser de R\$3.706,44, ou seja, 3,89 vezes maior que o salário mínimo nacional atual (DIEESE, 2018). Neste sentido, cabe refletir sobre as prioridades

⁶⁷ O sítio eletrônico Hominilúpulo apresenta os estilos cervejeiros em três principais categorias: cervejas tipo Lager, tipo Ale e as Lambic. A diferença entre estas cervejas está no processo de fermentação, coloração e teor alcoólico. As duas primeiras subdividem-se em diferentes estilos que, devido ao número extenso, não farei a descrição. As cervejas da família Lambic diferenciam-se das demais pois são fermentadas com leveduras selvagens (HOMINILÚPULO, 2018). Disponível em: https://www.hominilupulo.com.br/universo-da-cerveja/tipos-de-cerveja/#Mas_o_que_e_realmente_a_cerveja. Acesso em: 15 ago. 2018.

⁶⁸ Grifo meu.

do Estado: certamente, educação, saúde e segurança pública⁶⁹, são cenários incorporados na oferta de serviços. O lazer, por outro lado, é negligenciado em larga medida, o que abre um nicho para a intervenção do mercado. Ora, a produção de cerveja é amplamente conhecida por ser uma atividade que movimenta quantias exorbitantes de dinheiro (pensando no âmbito comercial), como abordado na introdução deste texto. Assim, é possível considerar que a produção de cerveja é uma atividade já apropriada pelo capital, embora esta reflexão se aplique mais à produção em escala industrial. Por outro lado, uma característica da produção de cerveja caseira, a partir das observações de campo e das entrevistas realizadas, é que a maioria dos cervejeiros, em algum momento durante as brassagens, apresenta o desejo de expandir a produção e começar a vender sua cerveja.

P: E você acha que a ideia de começar a produzir cerveja tem alguma coisa a ver com esse tipo de pensamento? [Me referindo à questão apontada por C4 quando questionado sobre a forma de organização do trabalho, com influência direta do mercado].

C4: Tem tudo a ver.

P: Por quê?

C4: Porque eu vou produzir a cerveja do jeito que eu acho que vale a pena, eu vou ser como eu sempre fui durante toda minha história que eu me conheço por gente, cuidadoso com o que eu faço, atencioso com o que eu faço. E vou produzir a cerveja de um jeito que eu acho que ela vai ficar boa. A pessoa que provar e comprar, ela pode ter opção de comprar novamente o que não quer dizer que eu vou ser um comerciante de cerveja. Eu faço a cerveja que eu gosto e ofereço para as pessoas que eu gosto, que eu tenho contato e espero que elas gostem. E se elas não gostarem, elas têm a opção de não consumir ou não beber ou não experimentar o presente ganhado. [...] eu vou continuar fazendo cerveja até quando eu conseguir. Pode ser comercialmente ou não, mas eu já decidi que cerveja é o que eu gosto de fazer, e eu vou tentar fazer comercialmente.

C7: Eu tenho uma vontade de permanecer na beirada do sistema. Eu gostaria muito de que fosse assim, o mais que pudesse, que eu não ficasse me envolvendo com imposto e com registro de nada. Eu e a pessoa que está querendo consumir diretamente, eu gosto muito desse tipo de relação, quando eu quero consumir algo nesse nível eu fico muito feliz de saber que eu estou comprando algo diretamente de quem produziu ali, que não está tendo intermediação de nada, que não é um negócio que foi produzido lá não sei aonde e tem uma pegada de carbono péssima e que gastou não sei quanto de gasolina para chegar até mim... Querer dar uma amenizada nisso é algo importante. Então, faz parte também do meu plano de negócio chegar nisso. Conseguir ser algo que é local, que é pequeno e que está atendendo um público pequeno.

⁶⁹ Neste ponto não me proponho a discutir, de forma alguma, a eficiência dos serviços exemplificados, mas sim a oferta destes pelo Estado.

A ideia da transição da produção caseira como lazer para a produção para venda (como trabalho) contribui para a construção da afirmativa, também já trabalhada na introdução desta tese, de que o tempo de lazer é apropriado pelo capital. A discussão a que me proponho aqui não está ligada a uma análise de que a migração para um lado comercial ou julgamento de que um lazer que pode ser considerado burguês é bom ou ruim. No entanto, fato é que o desejo de transformar uma prática de lazer em algo vendável, é parte inerente ao modo de produção capitalista, que enxerga diferentes aspectos da vida como potencial nicho de mercado.

Desta forma, há que se considerar, também, que a oferta de possibilidades do capital, na promessa de uma vida melhor, perpassa o lazer em si. Neste sentido, é importante considerar que o trabalhador de classes econômicas mais baixas, em grande medida, pode também ter o desejo de começar a produzir a sua própria cerveja (talvez inicialmente por lazer) e que, em algum momento, esse desejo passe a ser o de vender a própria cerveja. Para tanto, retomando os custos, é necessário que o sujeito invista determinada quantia na compra de materiais e insumos. Aí temos um grande ciclo de desejos e (im)possibilidades de vivência do lazer.

Lacerda e Isayama (2009) refletem sobre essa questão: para os autores, há um vínculo importante entre o lazer e a sociedade do capital, no qual o lazer em si está exposto ao alto padrão de consumo, estimulado constantemente nesta forma de organizar a sociedade, o que conduz ao desejo de se ter o que não se pode ter (no sentido financeiro, neste exemplo). Ora, esta reflexão corrobora com os pensamentos que vêm sendo apresentadas até o momento, inclusive no que diz respeito à seleção de públicos a que a produção de cerveja está direcionada.

Em reportagem publicada na edição *online* da Revista Istoé, Segalla e Perez (2016) apontam os produtos e serviços que com os quais as diferentes classes sociais⁷⁰ gastam mais o seu dinheiro (o que não significa que os gastos com os exemplos apresentados na sequência não ocorram em todas as classes sociais). Em termos comparativos, as denominadas classes A e B gastam mais dinheiro com produtos

⁷⁰ Utilizarei os termos classes sociais para diferenciar pessoas com mais e menos dinheiro. Desta forma, classes A e B e burguês (ou burguesia) serão equivalentes a pessoas que possuem uma situação financeira confortável, assim como classe C será equivalente à classe média e as classes D e E o equivalente às pessoas e famílias mais pobres. Desta forma, os termos aparecem aqui como simples terminologias para evitar repetições de palavras no texto. Embora eu compreenda os conceitos que envolvem estes termos, não é intenção deste texto discutir ou sequer apresentar definições e discussões da literatura sobre os conceitos que os envolvem.

financeiros⁷¹, artigos de decoração e veículos (classe A) e com combustível, ensino e cinema (classe B). As classes C, D e E, por sua vez, investem mais em cigarros, carnes e aves e mercearia (classe C) e cigarros, mercearia, calçado infantil e cereais e leite (classes D e E).

Inicialmente, é possível perceber a diferença entre as prioridades das diferentes classes sociais. Enquanto as classes denominadas mais altas preocupam-se em fazer a manutenção do *status quo* (como é o caso da classe A), possivelmente por não precisarem preocupar-se com questões relacionadas imediatamente à sobrevivência (como alimentação, por exemplo). O investimento em produtos financeiros é um cenário que corrobora com essa percepção, bem como o investimento em decoração e veículos⁷². Os dados apresentados por Segalla e Perez também permitem assumir que a classe B também não precisa se preocupar com situações de sobrevivência (visto o exemplo dos itens com maiores gastos), mas sim com cenários que tornam a vida cotidiana mais confortável ou com elementos mais diretamente relacionados ao simples desejo de ter e não necessariamente ao sentido de precisar.

Ao direcionar o olhar para os itens com maiores gastos pelas diferentes classes sociais, é possível considerar que o lazer está presente em todos eles. No entanto, a diferença do investimento no lazer é algo que chama a atenção e levanta a seguinte questão: será que produtos e espaços de lazer direcionam o público de consumo? Até o presente momento do texto, foi apresentado que a prática de produção de cerveja como lazer é algo que depende de fatores como espaço, tempo livre e dinheiro. Ora, a produção de cerveja como lazer é então uma prática que pode ser direcionada para um público específico. Este cenário será abordado mais adiante.

Sobre este ponto, é interessante apontar uma percepção: O cervejeiro C1 apontou, inclusive, um cenário, no qual a existência de espaços de exposição de cervejas artesanais, como feiras e mercados, aparentemente selecionam o público frequentador.

⁷¹ Produtos financeiros são alternativas para aumento de capital investido (FONTE: Portal do Empréstimo: <<https://www.portaldoeemprestimo.com/o-que-sao-produtos-financeiros/>>.).

⁷² Em artigo publicado na Seção motor1 do sítio eletrônico da UOL (<https://motor1.uol.com.br/news/131881/lista-dos-carros-mais-caros-vendidos-no-brasil/>), Parísio (2016) indica os 10 carros mais vendidos no Brasil com preços a partir de R\$ 250.000,00. Certamente, este produto de consumo é acessível a sujeitos que não precisam preocupar-se com aspectos básicos de sobrevivência (para utilizar a mesma terminologia apresentada no texto). Ora, usando um termo popular, pessoas que podem investir em carros a partir de R\$ 250 mil reais 'não têm mais com o que gastar'. Ainda, o gasto em decoração pode ter também esta leitura. Admito aqui que é uma leitura completamente parcial.

C1: Você tem o Mercado do Cruzeiro⁷³, mas o povo não vai no mercado do Cruzeiro. E você tem feiras isoladas, como no Jardim Canadá⁷⁴, entre outras, que o ônibus não passa. Essas feiras não fazem nem questão da população geral, da massa.

Cabe aqui uma reflexão: ao longo dos processos de acompanhamento das brassagens, nas entrevistas e até mesmo nas minhas produções cervejeiras, algo notável está no fato de que a cerveja, ao contrário do apresentado por C1, a cerveja me pareceu constantemente algo que agrega as pessoas, percepção essa registrada inclusive em diferentes momentos do diário de campo:

Diário de campo (05/11/2016): O F. não produz cerveja, mas pelo que entendi está sempre presente nas brassagens. Esse foi um outro ponto de destaque pois, aparentemente, a atividade de produzir cerveja é algo naturalmente social.

Diário de campo (24/11/2016): É um grupo comprometido com a atividade de produção cervejeira, até porque têm investido nisso de forma mais profissional. Eles me pareceram muito orgulhosos das cervejas que fazem, da relação que conseguem estabelecer profissionalmente e da amizade que têm. Não mediram esforços para me incluir neste processo

Diário de campo (21/01/2017): Durante o processo de cozimento do malte (abrimos uma cerveja, certamente), participei tanto colocando os maltes na água quanto mexendo tudo. O M. participou comigo também e achei isso muito bacana (definitivamente, o G. gosta muito que as pessoas participem com ele do processo de produção).

Este ponto, no entanto, surge como uma contradição ou, ao menos, uma peculiaridade: a produção de cerveja é, por um lado, uma atividade que agrega e, por outro, excludente. É agregadora no sentido de que, enquanto ocupação comum aos sujeitos que produzem e aos que participam do ciclo (mesmo que eventualmente, como no caso dos momentos de coleta de dados), parece produzir um mesmo sentido a todos os participantes da atividade. Foi interessante observar que todas as vezes que acompanhei uma brassagem ou mesmo quando eu fiz cerveja na minha casa com algum

⁷³ O Mercado Distrital do Cruzeiro é um espaço cultural e de gastronomia, localizado no Bairro Cruzeiro, em Belo Horizonte (na região do alto da Avenida Afonso Pena, região centro-sul da capital mineira). De acordo com a descrição do sítio eletrônico do Mercado, o “Mercado Distrital do Cruzeiro destaca-se pela grande variedade de produtos e opções de atividades: desde o comércio de frutas e legumes até a gastronomia sofisticada. Tornou-se um ponto de lazer em BH, sempre pronto para receber os turistas. Conta também com varanda gastronômica, com churrascaria e restaurante típico italiano, sem falar nos diversificados eventos culturais que acontecem” (BELO HORIZONTE, 2018, s/p). Disponível em: <<http://belohorizonte.mg.gov.br/local/atrativo-turistico/artístico-cultural/mercado-distrital-do-cruzeiro>>. Acesso em 20 set 2018.

⁷⁴ Feira que ocorre mensalmente no bairro Jardim Canadá, no município de Nova Lima, região metropolitana de Belo Horizonte.

amigo acompanhando, o momento da produção foi sempre de trocas de experiências e de conversas, sobre assuntos sérios ou corriqueiros. Ainda, em todos os momentos havia prazer em estar ali, pois a convivência e a aprendizagem eram constantes.

Talvez esse seja o sentido de grupo, conforme apontado no capítulo 1, que os cervejeiros percebem: essa ideia (grupo) vai além do que é vestir-se igual, falar do mesmo jeito ou ouvir as mesmas músicas. É uma ideia que perpassa pela subjetividade das percepções que estes sujeitos desenvolvem, mediada principalmente pela produção de cerveja.

Por outro lado, é excludente no que diz respeito ao acesso à atividade em si, o que pôde ser evidenciado em diferentes falas. Neste caso, a segregação aparece na questão de classe, ou seja, a construção da própria prática, se considerarmos a apropriação deste lazer pelo capital, é pensada para que quem tenha acesso seja um rol determinado de sujeitos. Ainda, não foi possível observar (à exceção de uma entrevista), em momento algum, a intenção, desejo ou o apontamento para a abertura de um diálogo sobre, talvez, o papel social da produção de cerveja, ou sobre a possibilidade de que a população com menor renda envolver-se na atividade. Apresento, abaixo, a única fala na qual esse pensamento foi abordado:

C1: Hoje nas feiras de cerveja você encontra pessoas que se você fizer uma pesquisa, é a elite que consome [cerveja artesanal] e é uma elite que tem condição de comprar os equipamentos. É uma elite que dispõe de tempo para fazer um estudo e correr atrás das receitas. Porque a gente gasta tempo para isso. O trabalhador, a população de classe média baixa, as pessoas mais desprovidas, que podem fazer até um consumo maior de cerveja [...] e que seria a população melhor beneficiada, por que faz mais uso [de cerveja] que a outra em termos quantitativos, não se chega o conhecimento. E ela não consegue nem ter acesso a experimentar uma cerveja, porque aqui em Belo Horizonte você tem lugares específicos, e a população não tem acesso.

Corroboram com a fala apresentada acima, novamente, os dados apresentados por Segalla e Perez (2016). As classes C, D e E, em termos de padrão de consumo, preocupam-se mais com aspectos de sobrevivência (como produtos de mercearia⁷⁵ e carnes). Neste sentido, são possíveis dois pensamentos: o primeiro é que os sujeitos destas classes não podem se dar ao luxo de estabelecer padrões de consumo quando precisam preocupar-se e investir seu dinheiro em produtos necessários para o dia a dia

⁷⁵ Os produtos de mercearia, de acordo com definição livre a Wikipédia, (endereço eletrônico: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Mercearia>), englobam alimentos, produtos de higiene pessoal, artefatos de uso pessoal e bebidas (acesso em 10 jul 2018).

e; o segundo é que estes sujeitos, em larga medida podem desejar (e desejam) consumir produtos de melhor qualidade⁷⁶ e podem, na mesma medida, ter que sacrificar a compra de produtos essenciais para tanto.

No primeiro cenário exposto, os dados sobre o gasto necessário com equipamentos e insumos para o início da produção cervejeira, apresentados anteriormente, contribuem para esta reflexão. Retomo aqui, então, o fato de um trabalhador que ganha um salário mínimo precisar investir em torno de 50% do seu ganho mensal, é algo que não pode ser considerado tão facilmente como factível. Ora, vale pensar nesta situação, traçando uma interseção entre os dois assuntos, se um sujeito que precisa investir uma quantia proporcional tão alta para seu lazer, o fará, considerando que investirá essencialmente na compra de produtos essenciais (e aqui sem considerar os gastos com moradia, deslocamento, e energia, para citar exemplos). Logo, neste cenário, é mais coerente pensar que este sujeito investirá em lazeres que não consomem exageradamente a renda, ou que a vivência de lazeres mais caros será mais esporádica.

Por outro lado, não seria correto considerar que os indivíduos de classes sociais mais baixas não vivenciem lazeres mais caros ou, ao menos, não sintam o desejo de vivenciar esses lazeres. Em estudo realizado por Rocha, Araujo e Motta (2014), sobre as estratégias adotadas pela população de baixa renda para vivenciar o lazer, os autores apresentam que uma dessas estratégias está centrada na utilização de espaços próximos à residência (essencialmente em bares, casas de vizinhos e na igreja). Um dos fatores, ainda, que colocam este tipo de restrição, é a questão financeira, o que corrobora com a

⁷⁶ Vou utilizar aqui, para a ideia de produtos de melhor qualidade, as cervejas especiais ou artesanais, devido ao contexto do trabalho. No entanto, é um conceito que pode ser expandido para os demais produtos disponíveis no mercado. Em entrevista apresentada à coluna 'Empreendedores', do sítio eletrônico *Época Negócios* (s/d), Navarro apresenta que a exigência em relação à qualidade dos produtos consumidos pelas classes D e E vem aumentando e, ainda, que a ideia de 'produtos e serviços para pobres' perde cada vez mais força. O texto aponta, ainda, que é importante relativizar a questão da qualidade dos produtos consumidos nas classes mais pobres, no sentido de que a melhor qualidade (diferente da proposta de definição apresentada no início deste parágrafo) é aquela que o sujeito tem possibilidade de adquirir. Neste sentido, é importante refletir (embora não seja o foco deste trabalho) sobre a representação do consumo de bens e serviços como algo de percepção individual. Tomando como exemplo o consumo de cerveja, neste sentido, as cervejas especiais, artesanais ou caseiras podem, então, não ser sequer objeto de desejo de consumo destes sujeitos. Neste sentido vale também a reflexão sobre a possibilidade de acesso a este produto por esta população: os entrevistados, por exemplo, passaram a consumir cervejas especiais após um primeiro contato em diferentes situações, todas elas cenários que podemos atribuir como típicos das classes A e B (como frequentador da Feira Experimente na região metropolitana de Belo Horizonte [C1], como intercambista [C5] ou frequentador de bares que comercializam estas cervejas [C4], para citar exemplos). Neste sentido, os sujeitos das classes D e E não desejam consumir cervejas especiais/artesanais/caseiras por não conhecerem/não poderem acessar, por uma decisão pessoal de fazer consumo das cervejas mais amplamente divulgadas na grande mídia ou por ambas as razões?

reflexão apresentada acima, mesmo que não seja a única restrição e, em alguns casos, conforme apresentam os autores, o maior determinante⁷⁷.

Anotações do diário de campo corroboram ainda mais com a ideia de que a produção de cerveja (e seu consumo, em larga medida, embora não seja o objeto de análise desta tese) está atrelada à determinada condição econômica, como retrata o excerto abaixo:

Diário de campo (05/11/2016): *Outro ponto importante para reflexão foi uma fala do F. também: ele apontou que o acesso à cerveja artesanal/especial, é ditado em alguma medida pela condição econômica, e este também é um dos pontos que ele considera relevante para o aumento no consumo deste produto e também a sua produção caseira (ele reconhece o boom de produtores de alguns anos para cá). Segundo ele, 'quando temos acesso a um produto de melhor qualidade, fica difícil voltar para o de menor' (sic).*

C1: *Você tem, às vezes, uma feira no Serraria⁷⁸, que inclusive você precisa pagar para entrar e que você consegue ter uma população nova experimentando cerveja artesanal, população que até talvez tivesse muita dificuldade para comprar os insumos, por conta do poder aquisitivo dela, mas que teria facilidade em fazer, porque a questão é culinária e não técnica.*

Nos trechos utilizados como exemplos, à época das entrevistas, C6 e C7 já haviam estabelecido determinado comércio da sua produção, sendo que C6 é o proprietário de um *pub* no qual comercializa sua cerveja em Belo Horizonte e C7 mantinha-se na produção caseira, envolvido com a provisão de cerveja para festas diversas. C4, por sua vez, expressou claramente o desejo de comercializar sua produção, embora à época ainda não fosse possível.

Fato é que os três cervejeiros citados nos exemplos iniciaram a produção como forma de lazer, tendo 'migrado' para o lado comercial da prática. Esta conclusão, ainda que não possa ser generalizada para todos os cervejeiros, é algo que me pareceu relativamente comum. Este apontamento é importante pois, ao menos no que diz respeito ao desejo, C1 e C5 foram os dois únicos cervejeiros que apontaram não ter

⁷⁷ Neste sentido, no estudo é apresentado que a questão tempo é um determinante para não vivenciar lazeres que os sujeitos desejam. No exemplo apresentado, os participantes da pesquisa indicaram que a falta de tempo, em larga medida devido aos grandes deslocamentos que aqueles sujeitos se submetem no processo de ida e volta ao trabalho, é um fator impeditivo.

⁷⁸ Tombada em 1981 e restaurada em 1997, a Serraria Souza Pinto integra, com destaque, o conjunto arquitetônico e paisagístico da Praça Rui Barbosa. Incorporada ao patrimônio da Fundação Clóvis Salgado, a antiga serraria, com 5.000 m² de área construída, virou um espaço para espetáculos, feiras, congressos, eventos sociais, comerciais e técnico-científicos" (BELO HORIZONTE, s/p, s/d). Disponível em: < <http://belohorizonte.mg.gov.br/local/servicos-turisticos/espaco-para-eventos/serraria-souza-pinto>>. Acesso em: 25 set. 2018.

desejo de tornar a sua produção comercial ou apresentaram alguma crítica em relação a este ponto, especificamente.

C1: Eu sou contra esses grupos que se aproveitam desse conhecimento que é histórico, popular, para acumular recurso, acumular dinheiro, acumular influência...

C5: Eu não tenho experiência em fazer cerveja em escala industrial, então o meu negócio é bem informal e por causa dessa informalidade é que eu tenho prazer. Eu não vejo como uma obrigação porque, se eu visse como obrigação, não estaria há sete anos fazendo.

Pinto (2000) contextualiza em seu texto a questão do lazer na organização capitalista. A autora reflete sobre a questão da necessidade do capital, na sociedade pós-moderna, em atribuir novos olhares para a questão do lazer. Ora, tendo o lazer nascido da necessidade de melhor produção, há que se atentar, da mesma forma, para a qualificação do tempo livre. Dada a necessidade, inclusive, de adequação do próprio tempo de trabalho, com a flexibilização do trabalho, a necessidade de revisão da relação com o trabalho em si e, ainda, a ampliação das possibilidades de lazer⁷⁹. Neste ponto, cabe uma reflexão: esta linha de pensamento aponta para o lazer como uma poderosa mercadoria do capital, seja para a melhoria dos processos de produção, seja para a criação de um novo nicho de mercado.

Estes dois vieses indicariam, então, que o lazer como emancipador do sujeito, como apresentado nos capítulos anteriores nas falas dos cervejeiros, é algo inexistente, ou seja, seria impossível, de fato, que o sujeito na sua vivência de lazer (de maneira geral) se liberte da influência esmagadora do capital, pois a escolha deste lazer seria determinada por um conjunto de necessidades de manutenção do capital em si. Na verdade, ao transitar para o lado comercial da produção de cerveja, o cervejeiro está traçando apenas um caminho natural para a sobrevivência no/do sistema capitalista, atendendo, inclusive, novos padrões de comportamento como a cooperação (elemento destacado anteriormente entre os cervejeiros), o aumento na qualidade de vida⁸⁰ e a valorização da vivência lúdica no cotidiano.

⁷⁹ Neste sentido, a autora apresenta a ampliação das diferentes formas de entretenimento, disponíveis 24h por dia, sete dias por semana, ou seja, vivemos tempos de lazer o tempo todo.

⁸⁰ A Organização Mundial da Saúde (OMS) e a Organização Panamericana de Saúde (OPAS) apresentam como requisitos de qualidade de vida: “ambiente físico limpo e seguro; ecossistema estável e sustentável; alto suporte social, sem exploração; satisfação das necessidades básicas do indivíduo; acesso a experiências, recursos, contatos e interações; economia local diversificada e inovadora; respeito pela herança biológica e cultural.” (PINTO, 2000 p.184).

Neste sentido, há também um novo perfil de trabalhador que, para adequar-se ao novo mercado de trabalho, flexibilizado, deve estar centrado na perspectiva de qualidade de vida. Este sujeito, em larga medida, precisa ser empreendedor, criativo, inovador, prezar pelos recursos naturais e culturais. Ora, retomo aqui, então, o seguinte pensamento: quem é que pode se permitir ter todas essas características, considerando ainda a necessidade de juntar toda a capacidade laborativa com a ludicidade (ou seja, é importante que o trabalho seja divertido)? Será que os trabalhadores com empregos mais comuns nas classes C, D e E (para continuar usando a mesma terminologia) têm a possibilidade de se ‘divertir’ durante a jornada de trabalho ou, ao menos, trabalhar em algo que lhes traz satisfação? Essas questões são importantes para pensar, mais uma vez, a quem é direcionado o lazer da produção de cerveja. É certo, por outro lado, que não é possível afirmar que os sujeitos das classes A e B sejam felizes no trabalho, simplesmente porque escolheram o trabalho que desejavam ou porque o ganho financeiro é alto (ou minimamente os permite viver e não sobreviver no mundo).

No entanto cabe destacar que, no caso específico da produção de cerveja, isso é uma realidade: os produtores (entrevistados) que migraram do lazer para o comercial, iniciaram a prática de lazer porque assim desejaram (e podiam), bem como a produção comercial. Desta forma, é sim um trabalho que atende (embora com outras responsabilidades, completamente diferente de quando era apenas um lazer) aos anseios do capital para um determinado perfil profissional, ou seja, há a apropriação do lazer pelo capital. Neste caso, ficará a pergunta: assumir o lado comercial da produção de cerveja é uma opção ou uma indução?

C6: Antigamente quando eu comecei tinha outras barreiras como um insumo por exemplo: você não tinha lojas específicas de insumo aqui em Belo Horizonte, era tudo pela internet e vinha de São Paulo ou do Rio Grande do Sul e isso era uma grande barreira porque era difícil fazer isso.

C7: Dava para comprar coisas, tanto que a gente comprava na internet, mas era coisa que a gente pedia no Paraná, tinha que ver assim, na internet o que eles tinham, que não era aquele site bonitinho que eles têm, ia colocando as coisas no carrinho e pronto, então era assim, uma lista. Então você chega lá de início e não sabe nada e tem uma porção de malte, lúpulo e levedura e você não conhece porra nenhuma daquilo, era muito mais difícil de adentrar a coisa sabe? Para quem queria simplesmente ter um lazer, era mais inacessível.

Uma terceira barreira para a produção, identificada na fala dos cervejeiros, foi relacionada aos insumos, sobre este ponto, especificamente, foi indicada a dificuldade de acesso a estes insumos, conforme pode ser observado nos trechos de entrevista abaixo, embora seja importante considerar a questão do manejo destes.

Sobre as considerações apresentadas, é importante observar que a dificuldade apontada pelos entrevistados, nos exemplos acima, refere-se essencialmente quando do início da produção cervejeira. Por experiência, atualmente o acesso aos insumos, tanto quanto aos equipamentos, é mais fácil devido ao aumento na quantidade de lojas, tanto em físicas quanto pela internet em todo o Brasil.

No entanto, destaco uma dificuldade, mesmo que não apontada nas entrevistas, em relação aos insumos está presente na fala de C7, quando afirma que “você chega lá de início e não sabe nada e tem uma porção de malte, lúpulo e levedura e você não conhece porra nenhuma daquilo” (sic). De fato, a quantidade e a qualidade, de insumos para a produção de cerveja requer do cervejeiro certo investimento de estudo e dedicação, no sentido de aprender sobre as características dos materiais que está utilizando, quantidades, variações de combinações e proporções para a produção dos diferentes estilos cervejeiros. Este investimento, demanda tempo (aspecto já debatido anteriormente e explorado em um dos excertos apresentados acima) e habilidades de leitura e compreensão de texto, interiorização, generalização e compilação das informações. Ainda, requer aspectos da cognição e memória, sequenciamento e resolução de problemas, para citar algumas habilidades de desempenho⁸¹, todas estas relacionadas diretamente ao processo de alfabetização do indivíduo, traduzidas em grande medida na leitura e na escrita, embora outros meios possam ser utilizados para a aprendizagem da técnica de produção de cerveja, como tutoriais do *YouTube*, por exemplo⁸².

Este é um ponto importante para pensar a produção de cerveja a partir de uma perspectiva de instrução formal: o IBGE, na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua (PNAD Contínua) aponta que a população com maiores taxas de analfabetismo no Brasil é composta de homens, pretos ou pardos, com mais de 60 anos. Se usarmos a faixa etária dos cervejeiros para estabelecer um parâmetro (a partir de 25 até 40 anos de idade, idade que permite uma comparação com a idade dos cervejeiros

⁸¹ As habilidades de desempenho são ações que ocorrem em ambientes e contextos específicos e que permitem a vivência das ocupações. Estas habilidades são apreendidas e desenvolvidas pelos sujeitos ao longo do tempo (AOTA, 2014).

⁸² Este pensamento será desenvolvido mais adiante.

observados/entrevistados), o IBGE aponta que esta faixa etária possui os indicativos com a terceira maior taxa de analfabetismo no Brasil, com a dissonância no quesito raça⁸³ (os cervejeiros entrevistados eram todos brancos). De forma complementar a maior concentração de analfabetos está na Região Nordeste (que também possui o menor nível de instrução - 33,8% da população com nível fundamental incompleto ou equivalente - além da maior porcentagem de sujeitos sem instrução - 14,3%) (BRASIL, 2018).

Os dados apresentados permitem, então, a seguinte inferência: o sujeito que é, historicamente, segregado socialmente no Brasil (negro, nordestino), é também o sujeito com menor nível de instrução. Se comparado à população que participou do estudo, este contraponto se faz presente (dado que não foram registrados e, até o presente momento também não tenho conhecimento, de sujeitos negros e analfabetos produzindo cerveja), o que reforça a teoria de que a produção de cerveja como prática de lazer possui um público muito bem demarcado para sua prática (novamente, e agora por um viés da educação).

Sobre a relação entre exclusão e analfabetismo, Pinto et al (2000) afirmam que estas variáveis caminham juntas. Ainda, apontam que há relação estreita entre a questão da renda e do analfabetismo, sendo que na população das classes A e B, a taxa de analfabetos era de 1,4%, uma diferença significativa para a taxa de 29% das classes D e E.

Por outro lado, há que se considerar também que não necessariamente a aprendizagem se dá apenas no âmbito formal. A experiência do fazer e a observação do outro também proporcionam a possibilidade de que o sujeito se envolva na produção de cerveja caseira. Essa reflexão possui suporte na tecnologia disponível atualmente: não é realmente necessário que os sujeitos escrevam as receitas, pois estas podem ser gravadas (inclusive os telefones celulares, atualmente, possibilitam que os comandos para acessar os diferentes menus sejam dados pela voz, como é possível que se faça nos *smartphones*⁸⁴). Ainda, como alternativa, os sujeitos podem utilizar o recurso de escrita

⁸³ Esta terminologia é a mesma utilizada pelo IBGE.

⁸⁴ Lima (2018), em artigo *online* publicado no sítio eletrônico do Jornal O Estado de São Paulo aponta que, no Brasil, já foi superada a marca de mais de um *smartphone* ativo por habitante. Se for considerado o acesso a partir de uma média, é possível inferir que todos os brasileiros têm a possibilidade de acessar a internet pelo telefone (embora utilizar a média seja arriscado pois é ímpar reconhecer que nem todos os municípios e nem todas as pessoas do Brasil possuem acesso, de fato, à internet) e, a partir daí, acessar informações sobre produção de cerveja caseira, por exemplo (e este ponto será discutido mais adiante), bem como utilizar recursos que permitam a estes sujeitos o acesso a formas de armazenamento e acesso às informações que não sejam necessariamente pela escrita/leitura. Em relação à computadores,

por voz, também muito comum nos aparelhos de telefone celular o que permitiria, inclusive, o acesso a vídeos que demonstrem o processo de produção.

Embora alternativas possam ser pensadas, ainda há que se considerar, ainda, a questão financeira: para que o sujeito grave uma receita ou utilizem o recurso de escrita por voz, seja em computadores, *notebooks* ou telefones celulares⁸⁵, é necessário considerar que estes sujeitos precisam ter acesso a este tipo de tecnologia. Se considerarmos a utilização de vídeos, é necessário que este sujeito tenha acesso a internet e/ou serviços de *streaming* de vídeos, televisão (ou outros aparelhos que permitam a reprodução de mídias, como DVDs, *Blu Ray*, *tablets* e *smartphones*, por exemplo).

Esta reflexão, em grande parte, faz uma contrapartida importante com o apontamento de um dos entrevistados: na mesma medida em que pode haver certa dificuldade relacionada ao acesso a serviços por parte do sujeito que se engajará na produção de cerveja, o aumento dos meios de informação, justamente pela internet oferece informações valiosas sobre este lazer.

As considerações apresentadas, embora permitam uma correlação direta entre renda, analfabetismo e classe social, por si só ainda não permitem conclusões definitivas sobre a vivência da produção cervejeira como prática de lazer, no sentido de um lazer exclusivamente burguês. Estes fatores de exclusão social, no entanto, reforçam que os sujeitos que os vivenciam possivelmente terão mais dificuldade em aderir a esta prática de lazer. Neste sentido, vale invocar novamente a questão do lazer como ocupação: sendo parte de um processo histórico, ao sujeito que não é apresentada a oportunidade de vivenciar uma determinada ocupação, a produção cervejeira poderia ser considerada uma atividade com sentido atribuído? Considerando a demanda da atividade⁸⁶, é

notebooks e *tablets*, a autora aponta um total de 174 milhões até maio de 2018. De acordo com a projeção de população do IBGE (209 milhões de indivíduos), teríamos uma relação de um computador para cada dois habitantes, o que não indica o acesso à tecnologia como uma barreira para a produção de cerveja.

⁸⁵ De acordo com dados da Organização das Nações Unidas (ONU), em 2015 o Brasil possuía uma população de 206 milhões de habitantes, aproximadamente, com projeção de aumento para 214 milhões em 2020 (UN, 2017). Dados da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), mostram que o Brasil registrou mais de 235 milhões de linhas telefônicas ativas em março de 2018 (ANATEL, 2018). Esta medida, certamente, aponta que o acesso a aparelhos de celular não se configura, então, como uma barreira para a produção de cerveja.

⁸⁶ “Demandas da atividade e da ocupação são os componentes das atividades e ocupações que os profissionais de terapia ocupacional devem considerar durante o processo de raciocínio clínico. Dependendo do contexto e das necessidades do cliente, essas demandas podem ser consideradas barreiras ou facilitadores para a participação. Conhecimento específico sobre as demandas de atividades e ocupações auxilia os profissionais na seleção de atividades para fins terapêuticos. Demandas da atividade ou ocupação incluem a relevância e a importância para o cliente, objetos utilizados e suas propriedades, as exigências de espaço, as demandas sociais, o sequenciamento e o tempo, ações necessárias e as

possível que os fatores contextuais e ambientais que a permeiam sejam barreiras para sua prática, dependendo dos sujeitos que a praticarão?

A fala abaixo apresenta novos elementos para esta reflexão:

CI: o acesso à informação de como fazer cerveja. Hoje, mesmo com toda a tecnologia, vídeos no YouTube, com a internet, mesmo assim é uma barreira. Porque não é todo mundo que: 1 - tem acesso à internet, ou tem acesso às pouquíssimas revistas [que abordam a temática da produção de cerveja] que tem e que geralmente são americanas e você compra, pode até encontrar em lojas de shopping especializadas, até nas casas que vendem insumos vendem essas revistas. É diferente. Você encontra revistas de como fazer doces e bolos em todas as bancas de jornais, agora revista de como fazer cerveja você não encontra, então essa é uma barreira. Há barreira de informação na produção de cerveja e eu vejo que essa barreira é intencional. Ela é intencional por hoje de quem detém o conhecimento de fazer a cerveja (e isso ainda está na mão de pouca gente e também por uma restrição dos veículos de comunicação em apresentar isso para as pessoas, de como fazer cerveja, em entendendo o que a bebida e o álcool são grandes problemas de saúde pública e tem muita gente que sofre de alcoolismo e doenças assim), então existe um tabu na sociedade para falar sobre cerveja e discutir sobre cerveja. Agora isso é na sociedade como um todo, porque o nicho onde se discute cerveja artesanal não tem tabu nenhum. E esse nicho é de quem? De quem detém o conhecimento de como faz a cerveja e quem detém os caminhos de insumos até chegar ao consumidor, que são as mesmas pessoas que detém o saber de como fazer a cerveja. Então, se você pega aqui em Minas Gerais, você tem as pequenas e médias cervejarias, que já podem ser colocados nesse padrão, que sabem como fazer as cervejas artesanais, eles dominam a arte das receitas, digamos assim. E são esses grupos, com grupos paralelos, que vendem os insumos. E então um grupo faz cursos e outro grupo vende insumos, mas na verdade, fazem parte de uma mesma elite: de detentores de saber e de insumos e instrumentais. Mas isso não chega para a população, não chega.

Dois destaques podem ser feitos sobre o trecho apresentado: o primeiro em relação à veiculação de informações sobre a cerveja, considerando que há uma problemática em relação ao uso abusivo de álcool. Embora não seja intenção desta tese abordar a questão do consumo de álcool e outras drogas, vale destacar que existe atualmente no Brasil uma política que aborda a rede de cuidados em saúde para pessoas que fazem uso de álcool e outras drogas. Esta política, normatizada pela Portaria 3.588/2017, prevê a assistência integral no Sistema Único de Saúde. A Portaria, no entanto (assim como as demais políticas do Ministério da Saúde brasileiro que tratam de problemas de saúde), aborda o consumo de álcool exclusivamente na discussão do

habilidades de desempenho que exigem as funções do corpo e estruturas do corpo subjacentes.” (CAVALCANTI; SILVA E DUTRA; ELUI, 2015 p.31).

acesso a serviços e possibilidades de tecnologias de cuidado⁸⁷ sem incorporar, no entanto, diálogos importantes com outros núcleos de conhecimento (como o exemplo citado pelo entrevistado: a comunicação social) no sentido de avançar no entendimento sobre as necessidades de saúde (e de vida) de sujeitos que fazem uso abusivo de álcool. Uma das possibilidades que agregariam valor a este debate (no intuito de tentar o diálogo entre a comunicação, uma nova abordagem em relação ao uso de álcool e a ampliação de material informativo sobre a cerveja), poderia ser a publicação de revistas populares que tratassem do tema (como revistas culinárias que podem ser encontradas nas bancas, a preços populares, por exemplo).

O segundo estaque está no chamamento à questão do monopólio das informações e dos insumos, apontado pelo cervejeiro. A respeito dos insumos, C2 aponta a pouca quantidade de lojas físicas em Belo Horizonte⁸⁸. Neste sentido, cabem questionamentos a partir da reflexão de C1: compreendendo que a produção de cerveja caseira como um fenômeno do lazer, com um *boom* a partir do início da década de 2010 (conforme já apresentado no primeiro capítulo desta tese), por que em uma cidade com as dimensões de Belo Horizonte, apenas quatro lojas de insumos e equipamentos estão instaladas, considerando que as cervejarias da capital e região metropolitana mineira vêm sendo congratuladas com títulos importantes no cenário cervejeiro, tanto nacionais quanto internacionais⁸⁹? A quem serve realmente o nicho de mercado dos materiais e insumos cervejeiros? Será que uma cidade Como Belo Horizonte não possui, de fato, espaço para demais lojas ou não absorveria novas lojas de materiais e insumos cervejeiros ou, como afirmado na reflexão de C1, existe certa intenção de poucas lojas, sendo estas controladas por um grupo bem delimitado de pessoas?

Antes que se faça uma teoria da conspiração, é importante ressaltar que as lojas de equipamentos e insumos, como comércios que são, possuem em seu objetivo natural no mundo do capital, o lucro. Isso quer dizer, na prática, que a manutenção de poucos estabelecimentos que comercializam estes equipamentos e insumos é, em grande

⁸⁷ São chamadas tecnologias de cuidado as diferentes formas de produzir saúde dentro dos modelos teóricos deste campo de estudo.

⁸⁸ Até o momento da elaboração deste texto, foram identificadas apenas quatro lojas que comercializam insumos e equipamentos na cidade.

⁸⁹ No *ranking* estabelecido pela Revista Beer Art, em 2017 estavam presentes as duas cervejarias mais famosas de Belo Horizonte: Wäls e Bäcker. A cervejaria Wäls levou, com a cerveja Wäls Dubbel, em 2017, prêmio nacional no estilo no World Beer Awards; Prata no International Beer Challenge; Prata no Brussels Beer Challenge; Prata na Copa Cervezas de América; Prata na South Beer Cup e Bronze no Australian International Beer Awards. A cervejaria Bäcker, com a cerveja Reserva do Proprietário, foi vencedora nacional no estilo no World Beer Awards; ouro no Mondial de La Bière Rio e Bronze no Australian International Beer Awards (BEER ART, 2017).

medida, um interesse aos empresários, considerando principalmente a lei do mercado. Ainda, há que se considerar que, conforme já apresentado, o público alvo destes comércios, obviamente, está equiparado com o conjunto de sujeitos que produzem cerveja (seja por lazer ou não): indivíduos da classe média ou acima dela.

Por esta via de pensamento me parece que, realmente, a produção de cerveja não é uma prática para todos (embora também seja importante considerar: qual lazer poderia ser considerado para todos?) no sentido, neste caso, do acesso.

A questão do acesso à informação, como barreira apresentada por C1⁹⁰, foi contradita por três cervejeiros (C5 e C7), principalmente quando relataram sobre o início da produção cervejeira. Enquanto C1 indicou que a informação ainda é escassa e de acesso dificultado, C5 e C7 indicaram que este acesso se tornou um facilitador para a prática do lazer.

C5: O negócio é o seguinte na nossa época de início toda informação que você tinha era em inglês. O material que você tinha para estudar não era nacionalizado então todos os vídeos... Eu lembro que o primeiro livro que eu peguei para folhear eu consegui com um amigo meu que ele baixou da internet e era o How to brew, todo em inglês. Hoje você encontra nas lojas para comprar, mas antigamente você tinha que tirar água de pedra para arrumar um PDF de um cara que comprou o livro nos Estados Unidos, e vinha muito da expertise do pessoal que estava disposto a te ensinar. O acesso à informação a gente dependia muito do pessoal da cervejaria. Vou até fazer um adendo: com essa dificuldade de comprar insumos fora de Belo Horizonte, quando você conseguir fazer uma amizade com um dono de cervejaria, você conseguir comprar material com ele. Saía quase que o mesmo preço do que comprar de fora só que você não pagava frete. Então a gente comprava por aqui mesmo. Aí a gente acabou fazendo amizade com o F. da Taberna. Ele não podia vender, mas aí a gente falava: 'cara você consegue me vender malte para eu fazer uma ESB?' e ele acabava vendendo... Mas enfim, antigamente as informações eram mais difíceis de serem acessadas. Hoje você consegue ver coisa pelo YouTube você tem acesso ao BJCP em português, você consegue o Beer Smith⁹¹ em português, a gama de livros e de materiais para você pesquisar, hoje o acesso é muito mais fácil é tudo muito mais tranquilo

P: Até a quantidade de gente que faz para trocar informação facilita, porque quando você começa a fazer e não tem muita gente para trocar ideia, é um tanto infernal.

C5: Foi mais ou menos o que aconteceu quando a gente começou, a gente fazia tudo no feeling⁹². Como a gente não tinha um suporte de quem dava o curso para nós, a gente fazia no feeling. E aí é como eu

⁹⁰ Ver página 77.

⁹¹ O *Beer Smith* é um *software* que auxilia o cervejeiro na produção caseira.

⁹² Termo utilizado para dizer que os processos eram mais na percepção do que na técnica, o que comprova uma reflexão anterior: não é necessário, por vezes, que o cervejeiro saiba ler e escrever. É importante, no entanto, que tenha a capacidade de produzir e colocar em prática estratégias que o permitam vivenciar este lazer.

te falei: na primeira brassagem nós passamos do tempo, da temperatura, a moagem não foi legal... Começou a fazer fumaça, a gente caiu na besteira de deixar a bomba ligada na panela e a bomba acabou derretendo. Hoje a gente ri disso, mas no começo a gente passava um aperto. No final a gente percebeu que tinha que aprimorar o processo, ficar mais esperto... A quantidade de cerveja que a gente perdia por erro de processo era bem considerável.

C7: A disponibilidade de informação, principalmente informação em português, é algo que mudou muito. Na época você achava muita informação na internet, mas muita informação em inglês

Este contraponto é interessante, pois coloca a informação a partir de duas perspectivas: em relação ao acesso aos meios de comunicação, previamente discutido anteriormente e; o acesso ao conteúdo da informação. Fazemos uma reflexão sobre estes pontos.

Sobre os meios de comunicação, a Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) de 2016 apontou que a televisão ainda é o meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros, seguido diretamente da internet (BRASIL, 2016b). Este dado é importante pois, de acordo com os próprios entrevistados, a internet é um meio de comunicação central para o acesso às informações necessárias nesta prática de lazer (como aponta C5), considerando a possibilidade de aprimorar técnicas e procedimentos na produção cervejeira.

Vale ressaltar que a gama de programas e documentários que tratam da temática cervejeira tem aumentado sensivelmente, como aponta Rafael Guglielmi, jornalista do *blog Bar do Celso*⁹³, especializado em cerveja artesanal. No entanto, nenhum dos programas veiculados na televisão são em canais abertos e os filmes e documentários são elencados dentro de cenários alternativos da sétima arte (GUGLIELMI, 2016). Esse destaque é importante, principalmente porque pode definir qual o público irá acessar o material⁹⁴.

⁹³“O BarDoCelso.com é um blog, referência no país em cervejas desde 2006, e hoje também uma empresa de prestação de serviços sobre a bebida. Portanto, um híbrido. Porém, em nenhum dos casos é um bar de verdade – apesar disso, sempre recebo pedidos de reservas. Ele nasce no dia 19 de dezembro de 2006 a partir de um trabalho de conclusão de curso de jornalismo e percorreu um longo caminho até hoje. Nos anos iniciais tratava sobre vida noturna, bebidas e o que viesse na cabeça, amadurecendo aos poucos como diversos blogueiros que passaram a ser profissionais em anos seguintes” (CELSO JR., s/d, s/p). Disponível em: <<https://bardocelso.com/sobre-o-bardocelso-com/>>. Acesso em 23 set. 2018.

⁹⁴ Este ponto, conforme é possível inferir a partir das reflexões já apresentadas neste texto, cada vez torna mais evidente que a produção de cerveja caseira possui um público muito bem definido: é direcionada para as classes A e B, escolarizadas, com recursos como tempo e espaço disponíveis para a continuidade da produção.

Villas Bôas (2018) aponta que a internet, em 94,6%, foi acessada pelo celular e por sujeitos com idade entre 16 e 34 anos, em sua maioria, com ensino superior completo e renda familiar a partir de dois salários mínimos, de acordo com a PBM 2016 (BRASIL, 2016b), o que aproxima esta população ao perfil dos cervejeiros, conforme apresentado no Capítulo 1 desta tese.

Sobre o conteúdo das informações, há que se considerar a necessidade destes serem acessados em diferentes meios. De acordo com a PBM 2015, a televisão, rádio e internet são os meios de comunicação mais utilizados pela população (BRASIL, 2016b). Dados da PNAD Contínua de 2016 indicam que o maior uso da internet foi para a troca de mensagens (BRASIL, 2018b). Considerando que os conteúdos sobre produção de cerveja são disponibilizados em canais de TV paga, existe a necessidade de o telespectador possuir uma assinatura, na qual os canais que veiculam as informações estejam disponíveis. O IBGE aponta que os aparelhos de TV estão presentes em mais de 97% dos lares brasileiros, embora a porcentagem de acesso à TV por assinatura gire em torno de apenas 33,7% (BRASIL, 2018b; VILLAS BÔAS, 2018b)⁹⁵. Sobre o rádio, não foram identificados programas ou colunas que veiculem conteúdos sobre produção de cerveja.

Pensar, então, o público que acessará a informação, requer pensar também no meio pelo qual esta informação será veiculada. Villas Bôas (2018b), por exemplo, aponta que o custo é o principal motivo pelo qual as pessoas não possuem TV por assinatura. Talvez, e deixo claro que é apenas uma especulação que não será desenvolvida neste texto, haja realmente uma seleção de público que acessará este conteúdo. Neste ponto, provooco o leitor a pensar se, este público, não se encaixaria exatamente no perfil dos cervejeiros caseiros.

3.2 Os facilitadores para a produção de cerveja caseira

Os elementos facilitadores para a produção de cerveja caseira foram indicados em relação: ao acesso à informação sobre produção de cerveja com vídeos disponíveis na internet, principalmente com materiais em português; à facilidade de acesso aos equipamentos e insumos, em comparação ao início da produção⁹⁶; ao acesso às

⁹⁵ Não foram encontrados dados referentes aos canais que veiculam programas sobre a produção de cerveja, especificamente, apenas relativos ao montante total de assinantes de TV paga.

⁹⁶ Este elemento apareceu, não como facilitador, mas como aspecto histórico comum aos produtores que iniciaram suas produções há mais de seis anos. No relato de todos, foi comum o apontamento da dificuldade em montar o equipamento, sendo este processo apontado como extremamente artesanal (compra de painéis no Mercado Central de Belo Horizonte, furação das painéis com furadeira ou feita

diferentes marcas e estilos cervejeiros, o que proporciona invariavelmente o acesso à novos gostos, texturas, aromas, possibilidades de escolha e, de alguma forma, outras culturas; ao relacionamento que as pessoas podem desenvolver em relação ao consumo de álcool e; à experimentação de novas formas de vivenciar o lazer. Os trechos de entrevista abaixo contribuem para a apresentação dos facilitadores.

C1: Bom, os facilitadores: hoje você tem produtos novos em mercados, e até mesmo em mercados populares, redes de supermercados mais simples ou até mais sofisticadas, em que a pessoa pode experimentar e ficar curiosa e querer saber como faz e se dá para fazer. Isso é um facilitador [referindo-se à diversidade de cervejas especiais disponíveis nas redes de supermercados]. Outra é a chegada de novos produtos no Brasil [referindo-se aos insumos], porque antigamente você tinha muita restrição, tinha só malte pilsen, lúpulo X e acabou. Hoje o país está tendo mais acesso a esses insumos. Em geral não são produzidos no Brasil, são produzidos fora, mas é um facilitador. Acho que são os grandes facilitadores, eu vejo. Porque mais do que isso, ainda está muito forte para mim essa barreira que existe aí do pessoal da cerveja para população em geral, e acho que um facilitador são esses cervejeiros caseiros que acabam validando fazer a cerveja, criando uma outra relação com a produção, até mesmo a relação do álcool na cerveja, e que fazem uma outra comunicação, pelo menos com seu círculo social. Aquelas pessoas que têm uma certa distância em relação ao álcool, problemas relacionados ao [consumo abusivo de] álcool, sejam pessoais ou familiares, mas ajudaram a sociedade a ter uma outra relação com o álcool e com cerveja. Eu acho que isso é um facilitador para todo mundo, porque é possível a gente construir uma outra relação da sociedade com a bebida e em particular com a cerveja. Agora, para isso, ela [a sociedade] tem que se apropriar do que é isso, como pode ser feita e de que forma melhor controlar para diminuir o dano [referindo-se novamente ao uso abusivo de álcool]. Isso é um facilitador. Se a sociedade tiver um acesso de como fazer, ela vai criar uma outra relação com a bebida, porque ela vai estar empoderada, porque ela vai ter uma outra relação com o álcool e diminuir os riscos do uso. Você não vê um cervejeiro caseiro com instrução A, B, C ou D, de nível econômico A, B, C ou D fazendo uso abusivo, por exemplo⁹⁷.

por serralheiro, adaptação de mangueiras e engates, planejamento de estruturas que permitissem a utilização da gravidade para os processos de transferência, adaptação de bombas de máquina de lavar para o processo de filtragem, para citar exemplos).

⁹⁷ Grifo meu. O trecho em destaque merece uma reflexão que proporcione ao leitor uma contextualização sobre a afirmativa. Este cervejeiro, em específico, é atuante no âmbito da saúde pública e possui trabalhos sobre o consumo de álcool e outras drogas. Esta afirmativa está centrada na teoria da Redução de Danos, política adotada pelo Ministério da Saúde brasileiro para o enfrentamento a situações de uso abusivo de álcool e outras drogas e implementada por meio da Portaria 1.028 de 2005, e que prevê ações educativas e de ressignificação do uso de álcool e outras drogas, inclusive com subsídios do Estado. Da mesma forma, a Redução de Danos não intenciona que o sujeito entre em processo de abstinência, se não for seu desejo, mas que construa estratégias de superação das dificuldades encontradas decorrentes do uso de álcool e outras drogas a partir da ressignificação do uso destas substâncias.

C6: Pontos positivos de tudo que a gente falou até agora: você consegue se divertir, consegue beber um produto que você mesmo produziu, você vai abrir a sua cabeça para novos sabores para novos conhecimentos para novas coisas, vai sair do padrão.

O primeiro ponto elencado pelos cervejeiros como facilitador foi relativo ao acesso às informações sobre a produção de cerveja. Neste sentido, duas modalidades podem ser abordadas: o processo formal de produção de cerveja, representado pelo aumento no número de estabelecimentos e instituições de ensino formais que vêm investindo em cursos de formação e; materiais informativos em formato de vídeos e cartilhas e veiculados, principalmente, na internet.

Sobre os espaços formais, Ayer (2017c) aponta que o *boom* da cerveja artesanal, associada à possibilidade de mercado da produção cervejeira, permitiram os processos de formalização de cursos de formação. Estes processos formativos podem ser encontrados tanto no âmbito da educação formal, com cursos de graduação, pós-graduação e extensão universitária⁹⁸ como nas próprias cervejarias. Em Belo Horizonte, por exemplo, a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) oferta, desde 2016, cursos mensais para a produção de cerveja artesanal, no formato de extensão. O centro universitário UniBH oferta, em parceria com a Escola Superior de Cerveja e Malte (ESCM)⁹⁹ um curso de pós-graduação em Tecnologia Cervejeira, tanto para profissionais que já atuam no ramo cervejeiro quanto para pessoas que possuem interesse em aprender sobre a produção cervejeira (UNIBH, s/d). Outros espaços, como as cervejarias (como a Krug Bier e Cervejaria Backer, por exemplo) e lojas de insumos e materiais (como a Casa OLEC e Lamas BrewShop¹⁰⁰, por exemplo), também são possibilidades para quem deseja aprender a fazer a própria cerveja.

Embora estes espaços tenham em comum a paixão (proclamada) pela cerveja, existe outro fator que também é comum a todos: os cursos são pagos, inclusive o ofertado na UFMG. A faixa de preços inicia-se em torno de R\$ 300,00 e pode chegar

⁹⁸ A UFMG define extensão universitária como “um espaço marcado por uma interação transformadora entre a UFMG e diversos setores da sociedade, com o objetivo de promover o diálogo e a troca de saberes. Nessa perspectiva, os cidadãos envolvidos em atividades de extensão possuem papel central, uma vez que agregam à Universidade saberes adquiridos e construídos em seu cotidiano profissional e em sua vivência comunitária” (UFMG, s/d). A extensão universitária é aberta à comunidade acadêmica e também à comunidade externa à universidade.

⁹⁹ A ESCM é uma instituição localizada em Blumenau - SC, que possui uma oferta diversificada de cursos de formação para quem deseja envolver-se com a produção de cerveja, tanto no âmbito caseiro quanto no âmbito profissional. Oferta cursos de graduação, pós-graduação e aperfeiçoamento (ESCM, s/d).

¹⁰⁰ Todos os exemplos citados estão localizados no município de Belo Horizonte, mas lugares como estes estão em localizados em diferentes estados do Brasil.

até R\$ 600,00. Essa informação é de extrema relevância, pois reforça a reflexão apresentada anteriormente sobre o público ao qual é destinada. Novamente, chamo a atenção para os valores, em comparação ao valor do salário mínimo: o valor de um curso para aprender a fazer cerveja, ou tornar-se um mestre cervejeiro ou *sommelier* de cerveja, atinge um percentual de 30 a 60% do salário mínimo, o que torna praticamente inviável que um trabalhador de baixa renda frequente este espaço.

Uma alternativa de processo formativo poderia ser no âmbito da informalidade. Isso poderia ocorrer através de vídeos, disponíveis principalmente em canais relacionados à produção de cerveja, facilmente encontrados no YouTube¹⁰¹, conforme citou C7, inclusive. Como já discutido anteriormente, para tanto o sujeito precisaria de um dispositivo com acesso à internet, havendo a necessidade de habilidades de leitura e escrita (ou formulação de alternativas caso o sujeito não saiba ler e escrever). Outra possibilidade seriam os processos formativos entre cervejeiros.

No entanto, conforme já apontado em momento anterior do texto, ao menos no que tange a uma certa conjuntura de Belo Horizonte, a questão formativa a partir do diálogo entre pares pode ser uma realidade limitada: por um lado, é possível a troca de informações sobre materiais e insumos para a produção, mas as receitas são guardadas ‘sob sete chaves’ (situação, inclusive, exposta em um diálogo com C5¹⁰², apresentado no capítulo D). Isso significa, na prática, a comprovação ou, ao menos, a possibilidade de refletir no lazer como ocupação, logo que determinadas atividades vivenciadas pelos sujeitos possuem nexos históricos importantes para considerar, neste caso, o engajamento nestes lares. Ainda, é possível refletir que a questão cultural no processo de produção de cerveja pode determinar determinadas ações. No caso apresentado anteriormente, o cervejeiro aponta claramente que a troca de informações (ou a falta dela, no caso), é determinada diretamente pelo conservadorismo das Minas Gerais¹⁰³.

Este ponto é de extrema importância para pensar sobre a questão da cultura cervejeira: se por um lado a formação (formal ou informal) é algo comum aos cervejeiros, a troca de informações por outro lado não é. A cultura, como memória

¹⁰¹ Em busca simples realizada no YouTube, é possível identificar uma série de canais que tratam da temática cervejeira, inclusive propondo alternativas para a produção de cerveja sem materiais e com baixo custo de insumos (a pesquisa foi realizada em 30 de julho de 2018 no endereço eletrônico: https://www.youtube.com/results?search_query=cerveja+caseiro+como+fazer).

¹⁰² Ver página 30.

¹⁰³ Neste ponto, ressalto algo de conhecimento popular, mais no sentido de produzir uma provocação: Utilizando o exemplo acima, é interessante considerar que o estado de Minas Gerais é famoso pelo povo acolhedor e disposto a ajudar, enquanto as pessoas nos estados da região Sul possuem fama de serem mais ‘fechadas’ e menos comunicativas.

coletiva consciente de determinada sociedade (MELLO, 2008), é também expressada na produção de cerveja. Neste caso, uma reflexão importante pode ser levantada: ao reconhecer a receita da cerveja como produção intelectual própria, a ponto de não se dispor a compartilhá-la com outros cervejeiros, é possível inferir com alguma certeza que o sujeito está em processo de apropriação do próprio trabalho. Ora, este cenário é de extrema importância, na medida em que é possível considerar que a produção de cerveja caminha, de alguma forma, como um processo que experimenta certo enfrentamento ao cenário capitalista.

Por outro lado, na mesma medida em que é um processo de enfrentamento, existe a contradição em relação à divisão da receita: o sujeito constrói a sua práxis na brassagem cervejeira mas não socializa o principal meio de produção - a receita - seja com sujeitos que participam do meio cervejeiro ou seja com sujeitos que estão fora deste mundo, independente se esta receita trará lucros ou não. É claro, neste ponto, que não podemos considerar uma obrigação do cervejeiro compartilhar a sua receita. No entanto, o que é discutido em grupos e cervejeiros gira constantemente em torno da difusão da cultura, do avanço das práticas e técnicas e, até mesmo do alcance dos novos sabores de cerveja. E é aí que a contradição aparece de forma escancarada e questões podem ser levantadas: como difundir a cultura se um aspecto tão relevante da produção permanece obscuro e tradicional, a ponto de ser escondido ou negligenciado a esta mesma cultura? Será possível pensar que, na medida em que os cervejeiros se apropriarem e desenvolverem a cultura cervejeira, a questão da retenção das receitas será superada? Será que, alguma medida, a cultura cervejeira vai se sobrepor a demais costumes sociais, a ponto de que a troca de informações seja uma barreira superável ou está sofrendo um processo de aculturação¹⁰⁴?

O segundo ponto, a facilidade de acesso aos equipamentos e insumos, refere-se principalmente à abertura de pontos de venda, tanto físicos quanto virtuais, que oferecem materiais e insumos para a produção de cerveja. Este ponto, ao menos para os sujeitos que decidiram ‘se aventurar’ na produção de cerveja antes da popularização da fabricação caseira, parece ser de extrema importância, pois os entrevistados que remeteram a este tempo, embora tenham aparentado certo saudosismo, também

¹⁰⁴ Ullmann (1991) define aculturação como “um processo, no qual duas culturas - uma receptora, outra doadora - em contato permanente, sofrem modificações de seus padrões culturais” (ULLMANN, 1991, p.319)

indicaram dificuldades na composição do equipamento e na compra de insumos, conforme já apontado anteriormente.

Por outro lado, ao mesmo tempo em que isso é uma facilidade, é também uma certa barreira, conforme já apresentado. Embora as lojas de insumos e materiais tenham aumentado em termos quantitativos, ainda são poucos os estabelecimentos que comercializam a matéria prima e o equipamento para a produção de cerveja. As marcas que vêm aparecendo nos supermercados, os *brewpubs*¹⁰⁵ e mesmo bares, já contam com cartas extensas de cervejas especiais¹⁰⁶. No entanto, mesmo com o aumento da quantidade, ainda são apenas três lojas que vendem insumos e materiais em Belo Horizonte e, novamente, vale o questionamento (já apresentado anteriormente): por que apenas três lojas em um município onde o setor cervejeiro cresce 14% ao ano? Não há mais espaço para a abertura de lojas de materiais e insumos, não há interesse na abertura deste comércio ou, ainda, as lojas que já se firmaram conseguem algum *lobby* para que não se abram mais estabelecimentos?

Estas perguntas, embora não sejam o foco deste estudo, são uma provocação meramente especulativa: se não é possível ampliar a oferta de serviços, neste caso em relação ao aumento no número de estabelecimentos que, de alguma forma, façam a mediação do lazer (neste caso com a venda de materiais e insumos), ou, ainda, com a distensão da oferta de produtos com preços por vezes impraticáveis para certa parcela da população, reforça também o pensamento de que é uma fatia do mundo destinada claramente às classes burguesas.

Neste pensamento, embora haja algo de persecutório em relação ao lazer burguês, posso admitir, é inegável que há também certa lógica. Os dados e reflexões apresentados até aqui vêm se somando no sentido de apresentar uma prática de lazer que possui um direcionamento óbvio, embora não escancarado, para sujeitos de classes sociais mais altas. Certamente este ponto não é um problema, mas sim uma característica observada desta prática de lazer. Conforme vem sendo apresentado, o envolvimento na produção de cerveja caseira como prática de lazer requer um determinado conjunto de disponibilidades que são mais facilmente encontrados em classes sociais com maior poder aquisitivo. Uma das falas de entrevista exemplifica essa questão da negligência:

¹⁰⁵ Bares que produzem e comercializam as próprias cervejas.

¹⁰⁶ Este cenário, ainda, é possível de ser expandido, conforme aponta Abritta (2018), já que o crescimento do setor vem sendo de 14% ao ano.

C4: Uma coisa que nós não falamos hoje e que me incomoda um pouco é que talvez a ideia de fazer cerveja em casa seja uma prática para poucos, burguesa, para quem tem mais dinheiro ou mais recursos financeiros. Não é uma realidade e é mentira isso. Tem um investimento em equipamentos iniciais minimamente, mas se você quer fazer um bolo você precisa de uma forma e um fogão, ainda que seja um fogão a lenha (que pode ser melhor que um forno a gás) [...].

O excerto acima talvez retrate uma realidade da cultura cervejeira que não seja percebida pelos próprios cervejeiros: a exclusão. Embora haja o reconhecimento de que há a necessidade de investimento de dinheiro na prática, o entrevistado não viu isso como uma barreira, mas sim como um elemento necessário para a prática. Ora, retomo aqui a ideia de que, como o sujeito não precisa se preocupar com questões básicas de sobrevivência, ele pode se permitir investir em outras áreas da vida (como o lazer, por exemplo). Outra reflexão é em relação ao nexo sócio histórico que os sujeitos estabelecem com suas práticas de lazer: nem todas as pessoas que possuem condições para fazer cerveja farão cerveja, e isso pode ocorrer pelo simples fato de que o sujeito não se interesse por essa atividade e os demais cenários que a permeiam. Nesta perspectiva, realmente não é possível afirmar que um sujeito não produz cerveja porque é pobre. Por outro lado, afirmar que a questão da pobreza não possui influência a vivência deste lazer, seria igualmente equivocada.

Neste sentido, a perspectiva cultural se apresenta em duas formas: por um lado, como um fator agregador, no qual os sujeitos que a vivenciam se permitem em alguma medida a troca de experiências, a construção de novos saberes. Por outro lado, é um fator de exclusão, conforme o contexto que permeia a produção de cerveja impõe certas normas e valores (essencialmente não ditos), que subtraem a possibilidade de ampliação da vivência da produção cervejeira por determinados sujeitos e populações.

Outra reflexão importante sobre a questão da cultura cervejeira pode ser explicada pela via da ocupação. Produzir cerveja não é algo inerente aos sujeitos. É uma prática construída a partir do estabelecimento de certos nexos que, quando colocados em conjunto, favorecem que os sujeitos se debrucem ou não sobre esta prática. A partir deste último pensamento, sigamos para o próximo ponto apresentado como facilitador: o acesso a diferentes estilos e marcas de cerveja, novos gostos, novas texturas e novas culturas.

Conforme discutido anteriormente, a ocupação é um elemento central da vida das pessoas. São as ocupações (a partir, claro, da perspectiva da terapia ocupacional,

conforme já mencionado) que organizam a vida cotidiana dos sujeitos e atribuem sentido e significado para o sujeito no mundo. Neste sentido, a ampliação do leque ocupacional dos sujeitos, ou seja, da possibilidade de vivências que este sujeito terá é algo fundamental¹⁰⁷. Ora, o ser humano, como ser prático e práxico, só consegue viver a sua vida de forma autônoma¹⁰⁸ na medida em que possui ferramentas que o permitam tecer escolhas claras em relação ao mundo e a ele mesmo. Neste sentido, um leque de possibilidades limitado por diferentes fatores (em terapia ocupacional considera-se o adoecimento, as questões sociais, o ambiente e os contextos, por exemplo, como fatores que podem limitar os sujeitos a engajar-se em diferentes ocupações e atividades em seu cotidiano), possivelmente repetirá o mesmo contexto de ocupações ao longo da sua vida.

Neste sentido, a reflexão em relação ao engajamento da produção de cerveja ou não, a partir do nexos histórico, torna-se mais concreta. É claro que o limitador dinheiro faz parte do processo de fazer ou não fazer cerveja. No entanto, o elemento ‘cultura’ deve ser incluído, também, como um determinante (facilitador ou não) da prática, na medida em que apresenta ou não ao sujeito o elemento cultural como possibilidade. Desta forma, a possibilidade de ampliação do acesso a outros rótulos de cerveja menos comerciais, a novos gostos e texturas, é de significação ímpar, inclusive no tocante à reflexão sobre a ressignificação do(s) cotidiano(s), podendo ser levado em consideração, inclusive, a forma como os sujeitos relacionam-se com a própria cerveja.

Sobre este aspecto, destaco os excertos abaixo:

C1: As pessoas que consomem cerveja têm que experimentar fazer a sua própria cerveja, e se empoderar mais com a sua relação de como beber a cerveja [...]. A relação muda porque a primeira cerveja que ele faz que tem um impacto muito grande ele fala ‘caramba, acho que eu exagerei no fermento. Eu vou diminuir e vou tentar fazer uma cerveja com menor teor alcoólico’, quer dizer, você tem controle disso, você consegue ter uma relação mais responsável com a bebida.[...]. Isso é uma coisa boa, o que é um facilitador, inclusive para se comunicar com a juventude. Os jovens hoje, fazendo cerveja como uma atividade de lazer e até mesmo de educação, faz com que eles tenham uma outra relação com a bebida. Você pode diminuir caso de uso abusivo ou até mesmo de problemas clínicos por conta do álcool. Até mesmo com um adulto

¹⁰⁷ Para terapeutas ocupacionais, a vivência de diferentes ocupações, bem como a execução de diferentes papéis ao longo da vida, dão suporte e produzem saúde (AOTA, 2014).

¹⁰⁸ Utilizo o conceito de autonomia aqui, conforme a reflexão de Ribeiro (2017). Para a autora, a vivência da autonomia, centrada em Castoriadis, deve ser pensada no âmbito do individual e do coletivo, a partir e na formação de vínculos entre o indivíduo e a sociedade.

e idoso, quer dizer, com as pessoas em geral. Acho que isso é algo bom, é um facilitador.

P: quando você faz cerveja em casa a sua relação com a cerveja mudou?

C5: Completamente! Porque hoje a gente brinca que faz o movimento Slow Beer: beba menos beba melhor. Então antigamente, na época de faculdade quando eu era moleque solteiro, a gente bebia para ficar tonto. A gente sentava em um boteco e ‘enchia o tampo’ de Skol. E hoje não: hoje eu prefiro sentar em um bar e tomar duas garrafas de cerveja boa, mesmo que mais caras, do que tomar vinho ou cerveja mais popular. Então a gente tem o paladar mais apurado com uma exigência muito maior e conseqüentemente você acaba bebendo menos e apreciando mais a bebida, mas pela qualidade e não pela quantidade. Isso eu te falo que é quase uma regra: o pessoal do meio cervejeiro não sai para beber para encher a cara. Eles podem até sair bêbados, mas você pode ter certeza que eles não beberão o mesmo volume que beberiam se fosse sentar no bar para exagerar e afogar as mágoas.

P: Então tem mudança de objetivo?

C5: Tem completamente, porque o nosso objetivo não é ficar bêbado, é conhecer sabores diferentes, receitas diferentes, aromas diferentes, processos diferentes de produção. Então o nosso negócio não é beber pela quantidade, mas sim pela qualidade. E aí você acaba bebendo menos e apreciando mais a bebida. E eu falo que eu tenho muito mais prazer em tomar uma garrafa de R\$ 30,00 ou R\$ 40,00 do que de tomar 10 [garrafas] de R\$ 3,00. É muito melhor, o prazer é muito maior e a satisfação que você tem final e muito maior.

Os trechos acima destacam, essencialmente, que a relação com a cerveja, ou seja, a significação atribuída para o consumo de cerveja é um elemento que sofre alterações para os produtores de cerveja caseira. Nas falas apresentadas, são destacados dois pontos: um aspecto quanti-qualitativo, ou seja, a mudança na quantidade e qualidade em relação ao consumo de cerveja e; a mudança na relação que se estabelece com o uso de cerveja.

Sobre este ponto, aparentemente os produtores de cerveja caseira/artesanal, bem como os sujeitos que não produzem mas fazem consumo, prezam por um formato diferenciado de consumo, que os próprios cervejeiros denominam de ‘beba menos, beba melhor’. Possivelmente, para estes sujeitos o engajamento no processo de produção de cerveja trouxe também novas experiências de consumo que não ‘combinam’ com excessos, pois o foco deixa de ser a quantidade do produto consumido e passa a ser a qualidade. Outra possibilidade está no fato de que as cervejas caseiras/artesanais possuem teores alcoólicos por vezes mais elevados (e neste caso é possível pensar em

volumes de 7 a 12% de álcool, dependendo do estilo, *versus* 4% das marcas mais comerciais), o que contribui para a diminuição do consumo.

Outro fator que pode ser levado em conta é que, via de regra, o acesso a produtos mais elaborados tenha ocorrido em uma etapa da vida onde os próprios sujeitos já estejam mais estabilizados nas diferentes áreas da vida, o que pode ter trazido novos interesses (e neste caso é possível pensar que o ‘beber para encher a cara’ não faça mais parte do rol de interesse - ou ao menos já diminuiu muito e esteja restrito a datas específicas, como feriados e comemorações, por exemplo). Seja a razão, fato é que a relação com o consumo de álcool aparece como um dos fatores que sofre alterações significativas para estes sujeitos.

Em relação aos dois pontos apresentados, fica claro na fala de C5 que, ao passar a consumir as cervejas especiais ou artesanais, em termos quantitativos houve diminuição significativa, embora haja a percepção de que houve aumento na qualidade do produto consumido. Outro ponto interessante que pode ser destacado na fala de C5 é a citação do *slow beer*. As ideias apresentadas pelo cervejeiro vão ao encontro do que é preconizado pelo Movimento *Slow Food*, conforme já apresentado no início deste texto.

Ao apresentar, por exemplo, que é mais prazeroso entrar em contato com novas experiências alimentares, no que tange tanto ao aumento do repertório de sabores, texturas e aromas quanto ao ato de produção em si (relativo à produção da própria cerveja, ponto abordado, inclusive, como um elemento facilitador para a prática de lazer dos produtores de cerveja caseira) ao invés de consumir um produto industrializado, é possível perceber uma conexão interessante com os princípios difundidos pelo *Slow Food*.

Neste ponto, há uma contradição interessante a ser discutida: Di Stefano (2014) reflete sobre o processo de enfrentamento a aspectos do capitalismo colocados pelo *Slow Food*. Se por um lado este enfrentamento é explícito, no sentido da construção de alternativas de consumo, prezando o tempo investido para tal, a vivência de novas experiências gastronômicas (e neste ponto o lazer relacionado à gastronomia pode ser um importante potencializador), por outro lado há o capitalismo, apropriando-se destas experiências e tornando-as um nicho de mercado, conforme aponta Simonetti (2012).

Ora, a contradição neste caso está diretamente relacionada a um processo de vivenciar experiências que de alguma forma se propõem a ‘desobedecer’ a ordem do capital mas que, de outra forma, também é apropriada por este. Outro ponto abordado por Simonetti (2012) e que venho sistematicamente abordando aqui, está no fato de que,

para vivenciar a vida *slow*, conforme abordada no início do texto, há que se despende um certo tempo, já que é importante que o sujeito vivencie o seu lazer (para falar do objeto deste texto) da forma mais prazerosa e nas melhores companhias (como é o caso do grupo).

Pensar, então, na mudança da relação que se estabelece com a cerveja em termos quantitativos requer, da mesma forma, que o sujeito possua certo tempo. Ainda, é possível inferir que a questão do grupo, neste processo, seja um fator determinante: é importante que, de alguma forma, o sujeito sinta-se pertencente a um determinado grupo, que converge pensamentos e dispõe-se, em larga medida, a assumir determinadas formas de agir e de (re) pensar o mundo como, por exemplo, a diminuição da quantidade e aumento da qualidade da cerveja consumida.

C1, por outro lado, indica a mudança na relação a partir do empoderamento dos sujeitos para o consumo de cerveja. Este aspecto é também uma premissa do Movimento *Slow Food*, pois preza pela ideia de responsabilidade na relação produção/consumo.

Como último item dos facilitadores da produção de cerveja, me permito uma reflexão de cunho mais pessoal, sobre a minha vivência em relação à ressignificação e alterações no consumo de cerveja e da vivência do lazer artesanal. Ao longo da construção do texto, me aventurei, como já explanado anteriormente, na produção de cerveja caseira. O que pude perceber, nestas experiências é que, de fato, o meu consumo de cerveja sofreu alterações importantes: passei a me preocupar mais com o que estava tomando, o quanto estava tomando e como estava tomando.

Sobre o que estava tomando, confesso que meu gosto foi se apurando conforme fui me dispondo a experimentar e estudar sobre os diferentes estilos e escolas cervejeiras. Gradativamente, senti que as cervejas mais comerciais já não mais atendiam meu paladar, dando preferência para as cervejas especiais com cada vez mais frequência. Quando decidi produzir a minha própria cerveja, percebi então que era possível desfrutar, ainda, de outras texturas, inventar novas possibilidades.

Em relação à quantidade, há que se considerar que as cervejas especiais podem apresentar variações significativas em teor alcoólico e ingredientes que atribuem à bebida aspectos que, por vezes, impedem o consumo excessivo (como sabores marcantes, por exemplo). No entanto, é importante colocar que o desejo de tomar grandes quantidades foi sendo substituído gradativamente pelo desejo de apreciar cada copo e, com o hábito criado, passar a consumir menores quantidades foi se tornando

cada vez mais normal. Outro aspecto que precisa ser considerado é que o custo de compra de cervejas especiais também é mais alto, o que influencia diretamente na quantidade comprada. Pude perceber essa modificação de comportamento frente ao consumo de cerveja também no meu círculo familiar e de amigos: ao apreciar diferentes estilos, a quantidade de cerveja consumida diminuiu consideravelmente, principalmente nos encontros. Foi interessante perceber que a quantidade ingerida muda quando se tem a possibilidade de apreciar uma cerveja. As cervejas caseiras/artesanais proporcionam outras percepções sensoriais, mais prolongadas; não há necessidade de manter a cerveja em temperaturas muito baixas (como ocorre com as cervejas mais comerciais), pois a finalidade da própria cerveja é outra: proporcionar uma experiência diferenciada de consumo.

Sobre como estava tomando, talvez tenha sido a percepção mais tardia. Ao adentrar o mundo da cerveja caseira, passei a perceber com mais clareza sobre o funcionamento do meu próprio corpo, no tocante ao limiar entre a sobriedade e a embriaguez. Esse ponto foi fundamental, dado que também percebi que o consumo em grande quantidade praticamente inviabilizava sentir os aromas e sabores da cerveja. Outro aspecto importante foi a inclusão das minhas cervejas (e aquelas nas quais eu conseguia algum escambo) em momentos mais corriqueiros do dia a dia, como na hora do almoço¹⁰⁹ e durante as sobremesas¹¹⁰, por exemplo.

3.3 Uma última percepção sobre o contexto do produtor

Um último ponto que pode ser abordado sobre a produção de cerveja, embora não tenha aparecido de forma a ser enquadrada dentro de uma categoria empírica específica, é relativo ao consumo da própria cerveja ou quando os cervejeiros veem alguém consumindo a cerveja produzida por eles.

Inicialmente, destaco que a cerveja parece ser percebida pelos cervejeiros, de fato, como um produto de seu trabalho (e não me refiro aqui a trabalho como sinônimo de emprego). As observações de campo me permitiram avaliar esta perspectiva (bem como as brassagens das minhas próprias cervejas): todos os cervejeiros (incluindo a mim mesmo), aparentemente têm um orgulho imenso do seu produto, tanto no sucesso quanto no fracasso (pois o fracasso na produção permite a reflexão sobre os aspectos

¹⁰⁹ Não tenho o hábito de tomar cerveja durante as refeições, embora abra exceções para as caseiras/artesanais/especiais, dependendo do cardápio.

¹¹⁰ Ao conhecer os estilos, fui derrubando preconceitos como ‘cerveja não se bebe comendo doce’.

que deram errado). Reconhecem na cerveja o próprio trabalho, além de se reconhecerem naquele produto. Para o paneleiro, é como se a cerveja fosse uma parte dele.

P: E como é ver alguém tomando cerveja de vocês?

C3: Dá uma satisfação grande de ver que você consegue fazer alguma coisa. Porque assim, durante muito tempo a indústria colocou a gente à margem do processo produtivo, e na verdade isso faz parte do processo capitalista, te aliena todos os processos de produção que existem. Então a partir do momento em que você retoma essa produção é muito legal de ver que o negócio não tem um segredo muito grande, as coisas são muito intuitivas e é só uma questão de observação, aprender a olhar e ter um pouco de paciência e entender as coisas. Então, para mim, eu tenho muito essa satisfação, principalmente por uma coisa que você falou, da coisa de margear o sistema, e tentar sair um pouco dessa questão de ir no supermercado.

P: Como é para vocês tomar a própria cerveja?

C2: Ahhh dá um orgulho danado! E você fica querendo que todo mundo experimente e fale bem, tipo ‘não coloque defeito! Quer dizer, pode colocar, mas só um pouquinho!’ (Risos).

C6: Eu sempre fui assim eu sempre preferi fazer eu mesmo coisas que fossem gerar outras coisas para mim ou para amigos, a ser um funcionário de alguém e gerar algo para aumentar ou para uma companhia ou para alguma coisa em torno disso. E a cerveja é tipo isso: eu acho que no momento em que eu descobri que era possível fazer a própria cerveja, acho que isso que me encantou mais ainda. Eu mesmo fazer um negócio que eu vou beber! Então esse foi um dos encantamentos que aconteceram comigo em relação à cerveja, foi justamente isso. Você poder fazer aquilo eu acho que é muito gratificante. Você que está começando a fazer a cerveja vai beber futuramente a sua cerveja, é muito gratificante você ver um negócio e criar um negócio e ver que esse negócio ficou legal e melhor do que o que você está acostumado a beber. Porque eu tenho certeza que a sua cerveja, mesmo que tenha dado errado ou grudado no fundo ou melado o fogão, na hora que você beber vai descer te iluminando (principalmente a primeira porque a primeira é fantástica! Até hoje eu sinto isso). É claro que hoje eu bebo cerveja de amigos, cervejas importadas... Mas nada se compara com o prazer de beber a minha própria cerveja.

Este aspecto da produção levanta um questionamento interessante e ambivalente: será que a produção de cerveja permite ao cervejeiro a vivência do que é oposto à operacionalização das ações do capital (a vivência da práxis transformadora em detrimento da alienação das ações, inerente neste modo de produção), o que permitiria certo ‘fôlego do mundo’ ou será que o capitalismo vem encontrando novas formas de manter os sujeitos imersos em sua roda?

Tendo a crer que os dois cenários coexistem em constante desenvolvimento. Ora, é impossível desconsiderar a necessidade de movimento, tanto do capitalismo em

si, aprimorando mecanismos e incorporando elementos que permitam a sua continuidade, quanto dos sujeitos que vivenciam o seu cotidiano, imersos nos mais diferentes cenários da vida.

Porém, não tenho a intenção de deixar este último questionamento no ar, sem um posicionamento mais claro da minha parte. Como otimista que sou, creio que as atividades nas quais os sujeitos produzem algo, que permitem a construção da práxis transformadora e este fôlego da alienação, principalmente quando atreladas a atividades que possuem significados, são atividades nas quais os sujeitos investem no sentido de promover-se no mundo, consciente ou inconscientemente. Como terapeuta ocupacional, me vejo compelido a crer que as ações cotidianas que possuem esse formato, de fato dão suporte à vida e à saúde dos sujeitos. Ao apropriar-se do seu produto, ainda, os sujeitos abrem novas possibilidades de produzir enfrentamentos a um sistema alienante, mesmo que no âmbito individual.

*C6: Vou sempre lutar contra [referindo-se aos processos de padronização na produção de cerveja], e talvez essa seja a minha parte rebelde: de lutar a favor da cerveja seja com o governo com a população, para população poder abrir a cabeça, seja contra a Ambev para eles pararem de tentar dominar o mundo e deixar todo mundo crescer e com o governo, para deixar a gente crescer e ajudar a gente com incentivo e mais um tanto de coisa que a cerveja não tem.
P: E tomara que isso tudo não seja só para manutenção de classe social.*

C6: Tomara que não seja, porque seria muito ruim se fosse, muito sombrio.

4. Considerações finais

Início esta última etapa do texto retomando o que, inicialmente, propus como as três teses que elaborei em relação ao fenômeno social ‘produção de cerveja caseira’: os cervejeiros caseiros, enquanto sujeitos práticos, são um grupo social, na medida em que possuem características comuns; a produção de cerveja caseira é uma ocupação na qual os sujeitos se engajam, afim de estabelecer processos de enfrentamento a uma organização de sociedade alienante e excludente e; é uma ocupação, edificadora do sujeito e construtora da práxis.

Em relação à primeira tese, indico que foi confirmada. É possível apontar com alguma tranquilidade que os produtores de cerveja caseira podem ser considerados um grupo social, com características próprias, semelhanças culturais e de pensamento. Este

grupo é composto, essencialmente por adultos jovens entre 30 e 45 anos, homens, brancos, com ou em formação universitária, de classe média a alta e que possuem uma boa colocação no mercado de trabalho (empregos fixos ou o próprio negócio ou sócios de empresas). Este ponto é de fundamental importância para reconhecer neste grupo um padrão importante que compõe a produção de cerveja como prática de lazer: são sujeitos capazes de dispor de tempo, dinheiro e espaço para a vivência deste lazer.

Importante considerar aqui que, dentre o total de entrevistados, apenas uma era mulher. No acompanhamento das brassagens, as mulheres possuíram o papel de acompanhante dos cervejeiros ou executaram tarefas mais intelectuais (contas e cálculos necessários para o cozimento da receita), sendo o trabalho mais ‘braçal’ destinado aos homens. É certo que existem mulheres que produzem cerveja (deliciosas cervejas, diga-se de passagem). Eu mesmo, ao longo do processo, tive a chance de conhecer algumas, embora estas não tenham formalmente participado do processo de coleta de dados da tese. É, então, um processo excludente de certa forma, como foi apresentado em relação à população negra, analfabeta ou de classes sociais C, D e E, o que coloca esta prática de lazer, e o grupo que a vivencia, como essencialmente burguês (inclusive pelo conjunto de características, conforme descrito e discutido ao longo da tese, os diferentes elementos que constituem a produção de cerveja caseira contribuem para, de certa maneira, selecionar o público que terá acesso a esta prática: tempo, dinheiro e espaço. Algumas considerações sobre estes elementos serão apresentadas mais adiante).

Embora a questão da exclusão não tenha sido diretamente problematizada em relação ao grupo (no sentido da pertença, entrada e permanência), é uma situação veladamente escancarada: ela existe mas não se fala sobre ela. Uma característica interessante está na questão cultural, talvez o elemento mais importante a ser levado em conta no que se refere à composição grupal: foi interessante perceber que os gostos musicais e vocabulário, principalmente, possuem uma formatação muito específica para estes sujeitos, talvez sendo possível afirmar que possuem sentidos muito específicos: de todos os cervejeiros com quem tive contato ao longo da construção da tese, o que ouvíamos no decorrer das brassagens ou nos bares onde as entrevistas ocorreram foi *rock* clássico. Me permito um fazer um comentário de uma vivência que pode exemplificar este cenário.

Para contextualizar, em grupo de discussão de cervejeiros que participo, recentemente foi anunciado um evento cervejeiro na região metropolitana de Belo Horizonte. Neste evento, como é habitual nos eventos cervejeiros, uma banda faria a

ambientação sonora. No entanto, diferente do que é comum, a música seria samba de raiz (e não o rock clássico). Uma das discussões mais acirradas que observei no grupo foi justamente o questionamento de ‘por que é uma banda de samba e não uma de *rock*?’.

Ora, apesar de aparentemente corriqueiro, este ponto indica um aspecto cultural importante destes sujeitos: escolha da música. Aparentemente, os cervejeiros devem escolher ouvir o *rock* clássico, quase como se não fosse permitido outro estilo musical, independentemente se é ou não o estilo musical preferido do sujeito. Aqui, me questiono o que faria um sujeito que não gosta de *rock* (considerando que se interessa na produção de cerveja, para que faça parte deste grupo): se submeteria a ouvir (o bom e velho) *rock’n’roll* e, até certa medida, fingir que gosta? Tentaria assumir este novo estilo musical? Viveria produzindo sua cerveja ouvindo outros estilos em casa, mas nos espaços de convivência comuns ouviria rock? Obviamente, o estilo musical de preferência não determinará se o sujeito será ou não um bom cervejeiro (o que me permite inferir que o samba do questionamento acima não é um problema).

Outro ponto interessante sobre a composição grupal está relacionado à aparência. Este ponto em específico foi percebido somente em situação recente e em contexto completamente diferente (encontro de motociclistas). Os cervejeiros possuem um certo estilo estético que inclui cabelos curtos e uso de barba. Tatuagens fazem parte, mas não são uma unanimidade. As vestimentas normalmente são simples: camisetas lisas, calça ou bermuda *jeans* e chinelo ou tênis, fato que é percebido, de alguma forma, pelos produtores de cerveja, conforme veiculado no grupo citado anteriormente. Neste ponto, os questionamentos sobre a música também se aplicam ao visual.

O mais relevante, no entanto, penso que seja levantar outra questão: certamente existe um processo de aculturação do sujeito que deseja engajar-se na produção de cerveja caseira. Neste sentido, qual seriam as contribuições externas a essa cultura, trazida por estes sujeitos que chegam? O mundo dos cervejeiros permite que algo novo seja agregado na cultura e, neste sentido, novas músicas, novas roupas e novas ideias seriam aceitas?

A segunda tese, sobre a produção de cerveja como ocupação e como processo de enfrentamento, também foram confirmadas e serão abordadas conjuntamente e com o estabelecimento de intersecções, dada a complexidade que a temática demanda. Neste ponto, afirmo com plena convicção que a produção de cerveja caseira é uma ocupação: é uma atividade intrinsecamente motivada, habitual aos sujeitos que a praticam e que

gera senso de competência. Ainda, possui nexos culturais e é permeada de sentidos e significados para os cervejeiros. Este ponto é particularmente importante, pois ao ser também considerada uma atividade de lazer, conforme proposto por Dumazedier, possui função importante na organização da vida dos sujeitos. Como ocupação, as falas dos sujeitos indicaram que é uma prática que permite a fluidez do processo de lazer e a construção da práxis.

A produção de cerveja, neste sentido, é um lazer que permite aos sujeitos a apropriação do seu tempo e da sua produção, contraponto importante a ser colocado quando se pensa nas ações produzidas no modo de produção capitalista. Talvez de forma inconsciente, estes sujeitos se engajem de forma tão intensa na produção cervejeira justamente por ser um espaço libertador. Ao apontar, inclusive, que a produção de cerveja caseira difere dos demais lazers inseridos no cotidiano dos cervejeiros, me permitiu refletir sobre a ideia de que é necessário estabelecer contrapontos à organização do mundo (no sentido do modo de produção capitalista), estabelecendo movimentos constantes da vida, por meio do lazer.

No entanto, se por um lado a produção de cerveja caseira é uma forma de enfrentamento de determinados cenários impostos pelo capital, por outro é uma atividade que pode ser considerada burguesa, logo que para efetivá-la é necessária a associação de fatores, como tempo, dinheiro e espaço, privilégios de determinadas classes sociais.

Este ponto foi tema de discórdia entre os entrevistados: enquanto há a percepção de que a prática é, de fato, burguesa, houve um entendimento de que a questão financeira está atrelada à prática e, portanto, não é um limitador, mas uma característica. Os diferentes entendimentos mostram uma divergência interessante em relação à crítica sobre a produção de cerveja caseira, embora todos os cervejeiros compreendam que o investimento é alto.

Outra consideração importante está na relação entre burguesia e o enfrentamento ao capital: na mesma medida em que há possibilidade de livrar-se da alienação imposta pelo capital, este mesmo capital, de alguma forma, se apropria do lazer e, principalmente, da experiência do lazer. A questão apresentada aqui é, então, a seguinte: a produção de cerveja é, por si mesma, uma atividade que permite a superação da alienação ou um nicho de mercado potencial e, portanto, permitido pelo capital, que o sujeito se sinta livre das opressões impostas pelo sistema.

Conforme apontado por Simonetti (2012), novos nichos de mercado (neste caso o mercado *gourmet*) sofrem apropriação do capital justamente por ser diferente do que é normalmente ofertado. O capitalismo, que incorpora inclusive os desejos dos indivíduos, se mantém em funcionamento a partir do que é diferente (neste caso, pensando o mundo *fast food* apropriando-se justamente do que é *slow*, considerando o próprio slogan - da cerveja artesanal - ‘Beba menos, beba melhor’¹¹¹. Outros exemplos que seguem essa mesma linha podem ser identificados (empiricamente) no aumento da quantidade de hamburguerias artesanais, brigaderias, *food trucks* e *growler stations*, para citar exemplos, que vem se tornando cada vez mais comuns nas cidades.

A produção de cerveja caseira, na toada do lazer como construtor da práxis humana, tem potencial para ressignificar as práticas de lazer, principalmente no que se refere à ideia de artesanal, conforme foi apontado no início desta tese. Como um momento de libertação, em alguns casos de si mesmos, o cervejeiro pode vivenciar o ‘ser’ em detrimento das inúmeras ofertas de experiências de lazer que chamamos de ‘prontas’. Não coloco em patamar menor ou maior os lazeres não artesanais ou lazeres prontos, e sequer tenho a pretensão de qualificar um ou outro formato de lazer como melhor ou pior. O que destaco aqui é o fato de que ter percebido que, ao engajar-se na atividade cervejeira, os sujeitos relataram perceber processos de transformação de si mesmos e do mundo que os cerca. Neste sentido, este lazer em específico pode ser chamado de transformador, em alguma medida. Coloco nestes termos considerando a análise anterior, sobre o lazer de classe. É certo que se considerarmos a apropriação da produção de cerveja caseira pelo capital, seria necessário considerar que este lazer é mais do mesmo, ou seja, seria mais uma vez os sujeitos sendo submetidos a um cenário no qual possuem pouca ou nenhuma escolha e controle sobre suas vidas, situação que não concordo plenamente. Ora, retirar do sujeito a capacidade de escolher em quais atividades vai se engajar e como vai se engajar, implica necessariamente em dizer que a sociedade é uma ‘marionete do destino’ ou ‘gado’, incapaz de refletir sobre sua própria existência, fato que não acredito ser verdadeiro.

Os relatos ao longo deste texto, talvez não de forma explícita em dados momentos, apontaram para movimentos dos sujeitos que indicam críticas importantes à organização social capitalista. Ao tencionar a forma de consumo, os espaços de

¹¹¹ Esse slogan, adotado amplamente pelos cervejeiros, é atribuído a um movimento denominado Slow Beer, movimento análogo ao Slow Food, e com raízes no *Craft Beer Renaissance*, conforme apontado anteriormente.

produção de lazer, a relação estabelecida com os momentos de diversão, a representação do lazer, o desejo de mudanças, estes sujeitos estabeleceram processos de enfrentamento, reflexão e mudanças, elementos centrais da proposta marxista (referencial central do texto) de superação do modo de produção capitalista e das relações impostas por este.

Desta forma, a produção de cerveja como prática de lazer pode ser descrita como um processo no qual os sujeitos podem se libertar de uma rotina massacrante que, muitas vezes, não permite a estes mesmos sujeitos extrapolar o processo criativo, mantendo-os alienados de si mesmos e de sua práxis.

Outro olhar importante sobre as superações necessárias para a produção de cerveja como prática de lazer foram as barreiras indicadas pelos cervejeiros e observadas ao longo do processo de construção desta tese. Apontado em diferentes momentos do texto, o dinheiro apareceu como um dos elementos que determinam o engajamento na produção de cerveja e é uma das barreiras mais claras para a vivência deste lazer. Este fator, associado aos demais fatores que podem ser considerados como pré-requisitos para a produção de cerveja, me permite afirmar com convicção que esta não é uma prática de lazer que privilegia sujeitos de classes sociais com menos acesso financeiro, ou seja, é um elemento excludente da prática.

Consideração que não foi discutida no corpo do texto, essencialmente por ser uma observação tardia no processo de escrita, a consideração sobre custo da produção de cerveja em si (embora tenham sido apresentados valores do custo de equipamento e insumos), e do consumo desta cerveja. Não intenciono aprofundar esta discussão a esta altura do texto, mas vale considerar que o custo de produção de um litro de cerveja caseira (tomando como base estilos de cerveja mais simples de produção, como as *witbier*¹¹², *pale ales*, *indian pale ales*, *golden ales*, *special bitters*, para citar breves exemplos¹¹³) custa entre R\$ 8,00 e R\$ 10,00. Em Belo Horizonte, uma garrafa de 600ml de cervejas com as marcas tradicionalmente vendidas no mercado, nos bares, tem custo aproximado de R\$ 7,00 a R\$ 12,00. Isso coloca o custo do litro entre R\$ 11,70 a R\$ 20,00, ou seja, é possível afirmar que consumir cervejas caseiras possui um custo menor. No limite, o sujeito que produz a própria cerveja gasta menos em termos de consumo (excluindo-se o custo inicial com equipamentos e considerando que consuma exclusivamente a própria cerveja) do que aqueles que não produzem.

¹¹² Cerveja de trigo.

¹¹³ Considerei nesta conta a compra dos insumos e materiais, uso de gás, água e energia elétrica.

O espaço, por sua vez, não foi apontado diretamente como barreira por nenhum dos entrevistados, mas sim percebido nas brassagens que realizei tanto na minha casa quanto na casa de amigos cervejeiros e de participantes do estudo. Embora não tenha se apresentado como um determinante que impeça a produção, é possível considerar que seja uma barreira tanto física quanto contextual importante, na medida em que é necessário. No entanto, a questão do espaço também deve ser pensada na relação com o contexto social do indivíduo que deseja se engajar na produção de cerveja, visto que um sujeito de classe social mais alta pode conseguir engajar-se na atividade mesmo tendo um espaço de produção pequeno, enquanto um sujeito de classe social mais baixa pode não conseguir, mesmo tendo um amplo espaço disponível para a produção. O inverso deste cenário também pode ser verdadeiro.

O último elemento, o tempo dispensado para a produção de cerveja, é um fator que não foi diretamente apresentado, nem como barreira e nem como facilitador, embora também tenha sido sistematicamente observado durante as brassagens. Como experiência pessoal, em momento algum foram utilizadas menos de cinco horas para o processo em si, considerando apenas o cozimento da cerveja na cozinha de casa. Se forem incluídos os deslocamentos e o tempo para a compra de insumos e materiais, a elaboração das receitas, os estudos sobre o estilo que seria produzido, este tempo facilmente alcançaria de oito a 10 horas de produção.

Neste sentido, cabem as seguintes perguntas: quem tem esse tempo disponível para o engajamento no lazer? Os sujeitos organizam o seu cotidiano, reservando tempo para as práticas de lazer? Se sim, qual a prioridade que colocam para vivenciar esta atividade? Se não, quais os motivos? Especificamente em relação à produção de cerveja, qual é o elemento comum a todos os cervejeiros, que coloca a produção de cerveja caseira como prática de lazer? Essas perguntas surgiram ao longo do processo de construção deste texto e até agora vêm me provocando a pensar o lazer sob diferentes aspectos.

Conforme apresentado ao longo do texto, há ainda uma série de outros elementos que permeiam a produção de cerveja e que podem ser considerados como barreiras e facilitadores. Como grupo social, os cervejeiros possuem características comuns e, de acordo com os dados, uma delas é o pertencimento a classes sociais mais confortáveis financeiramente. Neste sentido, embasado não apenas nos dados discutidos naquela etapa da tese, mas também com percepções empíricas que permearam a construção do texto, me sinto confortável em afirmar que a produção de cerveja é uma

prática burguesa. Ora, a necessidade de tempo, dinheiro e espaço, o nexó sócio histórico¹¹⁴ dos produtores de cerveja, favorecem estes sujeitos no engajamento desta atividade.

Pensar as práticas de lazer de um trabalhador que se preocupa inicialmente em sobreviver no mundo, **deve**¹¹⁵ ser completamente diferentes de pensar as práticas de lazer de um sujeito que, por diferentes condições sócio históricas não precisa se preocupar. Um exemplo que usei ao longo do meu período de doutoramento para falar sobre isso com amigos e parentes pode ajudar a elucidar este pensamento: imaginemos um sujeito, com baixa escolarização e que ganha um salário mínimo (para utilizar o mesmo padrão numérico apresentado como elemento comparativo do texto) para sustentar sua família. Imaginemos, ainda, que este sujeito deve dispensar certas quantias para moradia, alimentação, gastos com energia e transporte. Consideremos que o trabalho deste sujeito ocupa seis dias da sua semana e que este sujeito gasta, ainda, um tempo para deslocamento, somando cerca de 10 horas por dia. Ora, há que se considerar que este nosso sujeito não mora em uma região estrategicamente bem localizada no município (certamente habita uma região periférica), dada a própria forma de organização das cidades (com as regiões central e que permeiam o centro mais valorizadas e, portanto, mais caras).

É possível, então, que este nosso sujeito prefira lazers nos quais o aspecto relacional e que dispense a menor quantidade de dinheiro possível pois estes são facilitadores tanto da existência quanto da prática de lazer, conforme apresentado por Rocha, Araujo e Motta (2014). Este é um ponto fundamental, pois os sujeitos da pesquisa, embora também precisem se preocupar com aspectos da existência relacionados ao trabalho não precisam se preocupar com questões básicas de sobrevivência, o que libera tempo e energia para planejar e vivenciar seu lazer. Essas características, que não dizem respeito ao lazer propriamente dito por um lado, possuem influência importante quando se pensa em engajamento no lazer, por outro.

Nesta linha, podemos inferir que esse nosso sujeito, dada à sua condição de existência, atrelado em grande parte às questões materiais que compõem sua vida, é excluído do lazer produção de cerveja. Associando esta ideia à questão do grupo social, acha-se outro ponto de exclusão: o sujeito do exemplo possivelmente não faz parte (e

¹¹⁴ E aqui me refiro à possibilidade de diferentes experimentações do mundo, em grande medida pela falta de necessidade de preocupar-se com questões básicas de sobrevivência, como alimentação, moradia e emprego.

¹¹⁵ Grifo meu.

talvez jamais faça) do grupo social ‘cervejeiros caseiros’, sendo o espaço que os separa algo abismal, o que leva à reflexão: será que se este nosso sujeito decidisse engajar-se na produção de cerveja caseira e elaborasse estratégias para tal, conseguiria vivenciar esta prática de lazer?

É claro que não é possível afirmar categoricamente que as pessoas de classes sociais mais pobres não podem fazer cerveja em casa, simplesmente pela questão do espaço, tempo, dinheiro, educação, acesso a serviços e participação em grupos sociais, conforme foi discutido até aqui. No limite da análise, há que se considerar que esta prática em específico pode não fazer parte do rol de interesse destes sujeitos e, portanto, não é algo que produz sentidos e significados. Fato é que os elementos que permeiam a produção de cerveja como prática de lazer são apenas elementos, que podem sim ser determinantes importantes para a vivência ou não desta prática. Incorreto, da mesma forma, seria afirmar que esta não é uma prática para todos, mas, no limite, qual lazer é?

Por outro lado, há que se considerar que este lazer ainda é acessível a apenas um pequeno grupo social e, neste sentido, é ímpar pensar em como este lazer poderia se tornar acessível aos sujeitos das classes sociais menos favorecidas, considerando o potencial transformador desta atividade.

A construção deste texto, dentro da proposta na qual foi pensado, termina aqui. Posso afirmar, com alguma certeza, que a descrição apresentada ao longo destas páginas levantou muito mais perguntas do que proporcionou respostas. Entendo que a contribuição deste trabalho caminhou na direção de desnudar alguns aspectos que envolvem a produção de cerveja como prática de lazer. Neste ponto, cabe uma última reflexão: talvez a produção de cerveja caseira jamais seja acessível, de fato, às classes menos favorecidas financeiramente, logo que a construção cultural no modo de produção capitalista será determinante para o processo de segregação do lazer. Cabe, então, pensar se os sujeitos que vivenciam esta prática de lazer percebem que esse é um lazer da classe burguesa e, ainda, se estão dispostos a sistematizar processos de mudança efetivos, no sentido de difundir, verdadeiramente, a cultura cervejeira.

Referências

ABRITTA, R. **PL abre o mercado de BH para cerveja artesanal**. 2018. Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/capa/economia/pl-abre-o-mercado-de-bh-para-cerveja-artesanal-1.2010225>>. Acesso em 07 ago. 2018.

AFFONSO, L.H.T.A. **Alguns métodos de amostragem para populações raras e agrupadas**. São Paulo, 2008. Dissertação de mestrado, 83p. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/45/45133/tde-20102009-190809/pt-br.php>>. Acesso em: 18 abr. 2016.

ANATEL. **Brasil registra queda de 2,88% no número de acessos em operação na telefonia móvel em 12 meses**. 2018. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/dados/destaque-1/283-brasil-tem-236-2-milhoes-de-linhas-moveis-em-janeiro-de-2018>>. Acesso em 10 jun 2018.

ANTUNES, R. **Adeus ao trabalho?** São Paulo/Campinas. Ed. Cortez/Ed. Unicamp, 2002, 116p.

AOTA. Occupational Therapy Practice Framework: Domain and Process 3rd Edition. **The American Journal of Occupational Therapy**, mar./apr., v.68, sup.1, p. S1-S48, 2014.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DA CERVEJA. **Anuário 2016**. 2016, 61p. Disponível em: <http://www.cervbrasil.org.br/arquivos/anuario2016/161130_CervBrasil-Anuario2016_WEB.pdf>. Acesso em: 12 set. 2017.

AYER, F. **Com 15 cervejarias artesanais, grande BH se consolida como ‘cinturão da cevada’ de MG**. 2017b. Disponível em: <http://www.em.com.br/app/noticia/economia/2017/04/02/internas_economia,859102/cerveja-artesanal-cresce-producao-em-minas-e-grande-bh.shtml>. Acesso em: 04 set. 2017.

_____. **Com aumento das cervejarias artesanais, cresce oferta de cursos na área**. 2017c. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2017/12/24/internas_economia,926790/com-o-crescimento-das-cervejarias-artesanais-aumenta-a-oferta-de-curs.shtml>. Acesso em 31 jul. 2018.

_____. **Jornal Estado de Minas amplia mapa das cervejarias artesanais no estado**. 2017a. Disponível em: <http://www.em.com.br/app/noticia/economia/2017/04/23/internas_economia,864156/cerveja-artesanal-em-expansao.shtml>. Acesso em 04 set. 2017.

BAPTISTA, M.M. Ócio, temporalidade e existência: uma leitura à luz da fenomenologia e hermenêutica heideggerianas. In: BAPTISTA, M.M., VENTURA, A (orgs.). **Do ócio debates no contexto cultural contemporâneo**. Coimbra, Portugal, Grácio Editor, 2014, 190p.

BEER ART. **As 10 cervejas mais premiadas na atualidade**. 2017. Disponível em:<<http://revistabeerart.com/news/2015/6/3/as-10-cervejas-brasileiras-mais-premiadas-nos-ltimos-10-concursos>>. Acesso em 15 ago. 2018.

BEER JUDGE CERTIFICATION PROGRAM. **BJCP**. 2018. Disponível em:<<https://www.bjcp.org/>>. Acesso em: 23 set. 2018.

BOURDIEU, P. **Sociologia** (Org. Renato Ortiz). São Paulo, Ática, 1983, 191 p.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**: texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988, com as alterações determinadas pelas Emendas Constitucionais de Revisão nos 1 a 6/94, pelas Emendas Constitucionais nos 1/92 a 91/2016 e pelo Decreto Legislativo no 186/2008. – Brasília: Senado Federal, Coordenação de Edições Técnicas, 2016a, 496 p. Disponível em:<https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/518231/CF88_Livro_EC91_2016.pdf>. Acesso em: 03 mai 2018.

_____. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico 2010 Resultados preliminares do Universo**. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em:<https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/resultados_preliminares/conceitos_definicoes.pdf>. Acesso em 14 jun 2018.

_____. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico 2010**. Rio de Janeiro, 2012, 203p. Disponível em:<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/97/cd_2010_familias_domicilios_amostra.pdf>. Acesso em 14 jun 2018.

_____. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua**. 2018a. Disponível em:<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101576_informativo.pdf>. Acesso em 18 jun 2018.

_____. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **PNAD Contínua TIC 2016: 94,2% que utilizaram a Internet o fizeram para trocar mensagens**. 2018b. Disponível em:<<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2013-agencia-de-noticias/releases/20073-pnad-continua-tic-2016-94-2-das-pessoas-que-utilizaram-a-internet-o-fizeram-para-trocar-mensagens.html>>. Acesso em: 30 jul 2018.

_____. Presidência da República. Secretaria Especial de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2016b, 120p. Disponível em:<<file:///C:/Users/arp.tomasi/Desktop/Pesquisa%20Brasileira%20de%20Mi%CC%81dia%20-%20PBM%202016.pdf>>. Acesso em: 18 jun 2018.

CÂNDIDO, F.P., JINKINGS, N. **Lazer, trabalho, capital e educação**: reprodução do capital e projeto histórico de construção do socialismo. VII Seminário de Pesquisa em Educação da Região Sul. Itajaí – SC, 2008. Disponível em:<http://www.portalanpedsul.com.br/admin/uploads/2008/Educacao_e_Trabalho/Trabalho/08_54_27_Lazer_trabalho_capital_e_educacao_reproducao_do_capital_e.pdf>. Acesso em: 15 abr 2015.

CARVALHO, L.A.P., STORI, N., MOSANER JR. E. Brinquedo popular brasileiro da brincadeira para os museus. **Revista Digital Arte**. São Paulo, n.15, 2014, p. 1-14. Disponível em:<<http://www.revista.art.br/site-numero-15/11.pdf>>. Acesso em: 11 ago. 2018.

CAVALCANTI, A., SILVA E DUTRA, F.C.M., ELUI, V.M.C. Estrutura da prática da Terapia Ocupacional: domínio e processo 3ª edição. **Revista de Terapia Ocupacional da USP**. São Paulo, v.26 Ed. Especial, p.1-49, 2015. Disponível em:<<http://www.revistas.usp.br/rto/article/view/97496/96423>>. Acesso em: 24 jul 2018.

DE FRANCESCHI NETO, M. **Lazer: opção pessoal**. Brasília, Editora SCE, 1993, 100p.

DI STEFANO, A. Slow Food, slow communication... slow capitalism. Pratiche di resistenza e colonizzazione dell'alterità. **Sociologia e Ricerca Sociale**. Roma, Italia, n.103, 2014, p.145-165. Disponível em:<<http://web.a-ebscohost-com.ez27.periodicos.capes.gov.br/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=1edfddc8-5d9b-4593-822f-9d6fc8361c25%40sessionmgr4008>>. Acesso em: 09 ago. 2018.

DIEESE. **Nota à Imprensa**: Em março, custo da cesta básica fica menor em 12 capitais. 2018, 2p. Disponível em:<<https://www.dieese.org.br/analisecestabasica/2018/201803cestabasica.pdf>>. Acesso em: 03 mai 2018.

DONADINI, G., PORRETTA, S. Uncovering patterns of consumers' interest for beer: a case study with craft beers. **Food Research International**, n. 91, p.180-198, 2017.

DUMAZEDIER, J. **Sociologia empírica do lazer**. São Paulo, Perspectiva:SESC, 2008, 245p.

ESCM. **Conheça a Escola**. s/d. Disponível em:<<https://www.cervejaemalte.com.br/a-escola>>. Acesso em: 31 jul. 2018.

GUGLIELMI, R. **Séries e filmes sobre cerveja que você precisa assistir**. 2016. Disponível em:<https://bardocelso.com/series-e-filmes-sobre-cerveja-que-voce-precisa-assistir/#disqus_thread>. Acesso em 20 jun 2018.

HAGEDORN, R. **Ferramentas para a prática em Terapia Ocupacional**. São Paulo, Roca, 2007, 477p.

KIELHOFNER, G. **Fundamentos conceptuales de la Terapia Ocupacional**. Buenos Aires, Editorial Medica Panamericana, 2006, 304p.

_____. **Modelo de Ocupación Humana** Teoría y aplicación. Buenos Aires, Editorial Medica Panamericana, 2011, 584p.

LACERDA, L.L.L., ISAYAMA, H.F. Lazer e marketing: considerações sobre mercado e consumo. **Licere**, Belo Horizonte, v.12 n.3, p. 1-22, 2009. Disponível em:<<https://seer.ufmg.br/index.php/licere/article/view/593/480>>. Acesso em 09 jul

2018.

LIMA, M. **Brasil já tem mais de um smartphone ativo por pessoa, diz estudo da FGV**. 2018. Disponível em: <<https://link.estadao.com.br/noticias/geral,brasil-ja-tem-mais-de-um-smartphone-ativo-por-habitante-diz-estudo-da-fgv,70002275238>>. Acesso em 18 jun 2018.

LOURENSEN, A.R. **A cerveja e a mulher na história**. 2016. Disponível em: <<http://www.jb.com.br/sociedade-aberta/noticias/2016/10/04/a-cerveja-e-a-mulher-na-historia/>>. Acesso em: 11 ago. 2018.

MARX, K. **Manuscritos econômico-filosóficos**. Tradução, apresentação e notas de Jesus Ranieri. São Paulo, Boitempo Editorial, 2004, 175p.

_____. **O Capital: crítica da economia política: Livro I: o processo de produção do capital**. São Paulo, Boitempo, 2013, 894p.

MELLO, L.G. **Antropologia cultural: iniciação, teorias e temas**. Petrópolis, Vozes, 2008, 528p.

MAY, T. **Pesquisa social: questões, métodos e processos**. Porto Alegre, Artmed, 2004, 167 p.

MINAYO, M.C.S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo, Hucitec, 2010, 407p.

MORRISON, R., GÓMEZ, S., HENNY, E. TAPIA, M.J., RUEDA, L. Principal approaches to understanding occupation and occupational science found in the Chilean Journal of Occupational Therapy (2001-2012). **Occupational Therapy International**, v. 2017, 11 p., 2017.

NAVARRO, J.G. **Por que as empresas devem olhar mais para as classes D e E**. s/d. Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,ERT297599-16354,00.html>>. Acesso em 12 jul 2018.

OLIVEIRA, N., FREITAS, M.C.S. **Escritas e narrativas sobre alimentação e cultura** [online]. Salvador, EDUFBA, 2008, 422p. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/9q/pdf/freitas-9788523209148-14.pdf>>. Acesso em 05 set. 2017.

OLIVEIRA, D.C. O Slow Food e a nova dimensão da modernidade. **Barbarói**, Santa Cruz do Sul, n.39, set./dez, p.216-234, 2013.

PARÍSIO, T. **Especial mercado - os 10 carros de rico mais vendidos no Brasil**. 2016. Disponível em: <<https://motor1.uol.com.br/news/131881/lista-dos-carros-mais-caros-vendidos-no-brasil/>>. Acesso em 10 jul 018.

PEREZ, L.F. Do lazer à festa: em questão o solo epistêmico da modernidade ocidental. **Licere**. Belo Horizonte, v.12, n.2, 15p. 2009. Disponível em: <http://www.anima.eefd.ufrj.br/licere/pdf/licereV12N02_ar1.pdf>. Acesso em 15 abr 2015.

PINTO, L.M.S.M. Lazer e mercado. **Licere**, Belo Horizonte, v.3 n.1, p. 182-188, 2000. Disponível em:<<https://seer.ufmg.br/index.php/licere/article/view/4006/2891>>. Acesso em: 12 jul 2018.

PINTO, J.M.R., BRANT, L.L.N.A.O., SAMPAIO, C.E.M., PASCOS, A.R.P. Um olhar sobre os indicadores de analfabetismo no Brasil. **Revista Brasileira de Estudos de Pedagogia**, Brasília, v.81 n.199, p. 511-524, 2000. Disponível em:<<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/me0000308.pdf>>. Acesso em: 24 jul 2018.

RIBEIRO, R.C.F. **Experiências autonomistas em saúde mental: possibilidades de empoderamento**. Belo Horizonte, 2017, 196p. Tese de doutorado.

ROCHA, A.L.C., ECKERT, C. **Etnografia: saberes e práticas**. In: GUAZZELLI, C.A., PINTO, C.R.J. Ciências Humanas: pesquisa e método. Porto Alegre, UFRGS, 2008, 148p.

ROCHA, A.N., ARAUJO, F.F., MOTTA, P.C. Atitudes de consumidores de baixa renda em relação às restrições ao lazer. **RPCA**, Rio de Janeiro, v.8 n.1, p. 171-192, 2014. Disponível em:<<file:///C:/Users/arp.tomasi/Downloads/252-1360-3-PB.pdf>>. Acesso em: 10 jul 2018.

PIUCCO, T. A sociedade capitalista e a crescente busca pelas atividades naturais de lazer. **efdeportes.com/revista digital**. Buenos Aires, ano 10, n.89, s/p, 2005. Disponível em:<<http://www.efdeportes.com/efd89/ativ.htm>>. Acesso em: 15 abr 2015.

SANTOS FILHO, J. Ensaio sociológico sobre o fenômeno do lazer em Karl Marx e Paul Lafargue. **Turismo em Análise**. São Paulo, v.15, n.2, p. 150-165, 2004. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/62664/65459>>. Acesso em 15 abr 2015.

SCHAEFER, R.T. **Fundamentos de sociologia**. Porto Alegre, AMGH, 2016, 294p.

SEBRAE. **Microcervejarias ganham espaço no mercado nacional**. 2017. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/microcervejarias-ganham-espaco-no-mercado-nacional,fbe9be300704e410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em 04 set. 2017.

SEGALLA, A., PEREZ, F. **Como os brasileiros gastam**. 2016. Disponível em:<https://istoe.com.br/195047_COMO+OS+BRASILEIROS+GASTAM/>. Acesso em em: 09 jul 2018.

SIMONETTI, L. The ideology of Slow Food. **Journal of European Studies**, v. 42 n.2, p. 168-189, 2012.

SLOW FOOD. **Movimento Slow Food**. 2007. Disponível em:<<http://www.slowfoodbrasil.com/slowfood/o-movimento>>. Acesso em: 13 set.2017.

TAFFAREL, C.Z. Ocio y proyecto histórico. **Revista Educación física y deporte**. Antioquia - Colômbia, v.31 n.2, p.1081-1094, 2012.

ULLMANN, R.A. **Antropologia: o homem e a cultura**. Petrópolis, Vozes, 1991.

UNIBH. **Pós Graduação em Tecnologia Cervejeira**. s/d. Disponível em: <<http://www.unibh.br/cursos/pos-em-tecnologia-cervejeira/>>. Acesso em: 31 jul. 2018.

UNITED NATIONS. Population Division. Department of Economic and Social Affairs. **Probabilistic projections based on the world population prospects: the 2017 revision**. 2017. Disponível em: <[https://esa.un.org/unpd/wpp/DVD/Files/2_Indicators%20\(Probabilistic%20Projections\)/UN_PPP2017_Output_PopTot.xls](https://esa.un.org/unpd/wpp/DVD/Files/2_Indicators%20(Probabilistic%20Projections)/UN_PPP2017_Output_PopTot.xls)>. Acesso em: 10 jun. 2016.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. **Extensão**. s/d. Disponível em: <<https://ufmg.br/extensao>>. Acesso em 31 jul. 2018

VAZQUEZ, A.S. **Filosofia da práxis**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1977, 454p.

VELHO, G. **Nobres e anjos: um estudo de tóxicos e hierarquias**. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 1998, 216p.

VILLAS BÔAS, B. **IBGE: 94,2% dos brasileiros usam internet para trocar textos e mensagens**. 2018a. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/brasil/5337837/ibge-942-dos-brasileiros-usam-internet-para-trocar-textos-e-imagens>>. Acesso em 18 jun 2018.

_____. **IBGE: custo é principal barreira para aquisição de TV por assinatura**. 2018b. Disponível em: <<https://www.valor.com.br/brasil/5337865/ibge-custo-e-principal-barreira-para-aquisicao-de-tv-por-assinatura>>. Acesso em: 30 jul 2018.