



INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA
CÂMPUS URUPEMA
PÓS-GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA DE BEBIDAS ALCOÓLICAS

**TURISMO E CERVEJA: UM ESTUDO SOBRE O TURISMO
CERVEJEIRO NO MUNICÍPIO DE CANOINHAS**

Victória Luiza Schelbauer de Lima

Urupema
2020



Victória Luiza Schelbauer de Lima

Turismo e cerveja: Um estudo sobre o turismo cervejeiro no município de Canoinhas

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Tecnologia de Bebidas Alcoólicas, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina, Câmpus Urupema.

Orientador: Marcos Roberto Dobler Stroschein

Urupema
2020

Turismo e Cerveja: Um estudo sobre o turismo cervejeiro no município de Canoinhas

Victória Luiza Schelbauer de Lima; Tiago Henrique Alvarenga; Evelise Zerger; Marcos
Roberto Dobler Stroschein

Resumo: O Turismo cervejeiro vem aumentando e se tornando um segmento turístico emergente em várias regiões e consequentemente ganhando visibilidade. Nota-se que o mercado cervejeiro está em constante crescimento, portanto, o turismo vem se tornando aliado, juntamente com a cultura cervejeira. Diversos municípios no Estado de Santa Catarina, possuem rotas cervejeiras para o turismo cervejeiro. Porém o município de Canoinhas, localizado no Planalto Norte Catarinense, que contém a primeira cervejaria artesanal brasileira do país, não possui nenhuma rota cervejeira e não é reconhecida no ramo cervejeiro. Desta forma, o presente estudo tem como objetivo identificar quais são as razões do município de Canoinhas, não ser reconhecido como uma cidade turística no ramo cervejeiro, mesmo que neste município há a cervejaria artesanal mais antiga do país. O presente estudo, se trata de uma pesquisa qualitativa, onde foram realizadas entrevistas utilizando questionário como ferramenta, tendo cinco perguntas sobre a área cervejeira, para onze pessoas com idades diferentes e de diferentes áreas profissionais, como: área cervejeira, arquitetura, engenharia, educação, política e tecnologia em alimentos. Estas entrevistas foram analisadas de acordo com o método de análise de conteúdo de Laurence Bardin, e analisados em três fases: 1) a pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento e interpretação dos resultados. A pesquisa apontou códigos positivos e negativos, muitos dos códigos avaliados e que mais teve repetição, foram: a falta de incentivo político e a falta da cultura cervejeira, demonstrando que estes aspectos são fatores negativos para o desenvolvimento de uma cidade turística e cervejeira mas outros códigos positivos foram expressados, como a localização da Cervejaria Canoinhense na cidade e a história que a cervejaria carrega, fazendo com que a mesma possa ser reconhecida, trazendo o turismo cervejeiro para a região.

Palavras-chave: Turismo cervejeiro; Cultura; Cerveja.

Tourism and Beer: A study on beer tourism in the municipality of Canoinhas

Victória Luiza Schelbauer de Lima; Tiago Henrique Alvarenga; Evelise Zerger; Marcos Roberto Dobler Stroschein

Abstract: Beer tourism has been increasing and becoming an emerging tourist segment in several regions and consequently gaining visibility. It is noted that the beer market is constantly growing, so tourism has become an ally, along with the beer culture. Several municipalities in the State of Santa Catarina have beer routes for beer tourism. However, the municipality of Canoinhas, located in the Planalto Norte Catarinense, which contains the first Brazilian artisanal brewery in the country, has no brewing route and is not recognized in the beer industry. Thus, the present study aims to identify the reasons for the municipality of Canoinhas, not to be recognized as a tourist city in the beer industry, even though in this municipality there is the oldest craft brewery in the country. This study is a qualitative research, where interviews were conducted using a questionnaire as a tool, with five questions about the beer area, for eleven people with different ages and from different professional areas, such as: beer area, architecture, engineering, education, politics and technology in food. These interviews were analyzed according to Laurence Bardin's content analysis method, and analyzed in three phases: 1) pre-analysis, 2) exploration of the material and 3) treatment and interpretation of results. The research showed positive and negative codes, many of the codes evaluated and which had more repetition, were: the lack of political incentive and the lack of beer culture, demonstrating that these aspects are negative factors for the development of a tourist and beer city but others positive codes were expressed, such as the location of the Cervejaria Canoinhense in the city and the history that the brewery carries, making it recognizable, bringing beer tourism to the region.

Keywords: Brewery tourism; Culture; Beer.

1. Introdução.

A gastronomia e o turismo estão cada vez mais presentes no cenário brasileiro, seja por necessidade biológica, satisfação de curiosidade, novas experiências, por meio religioso, cultural ou econômico em que o indivíduo se encontra em determinado momento da vida. Autores como Schluter (2003) e Fagliari (2005) descrevem que a gastronomia regional é um atrativo cultural para a sua localidade. Dentro deste contexto, o movimento das cervejarias artesanais no Brasil está em fase de crescimento, nota-se que a gastronomia, a cultura e o turismo cervejeiro andam juntos. O consumidor não considera a cerveja como uma simples bebida, é comum que seja feita a utilização do termo “cultura cervejeira” remetendo à cerveja e ao sentido que é expresso por ela.

A cerveja é uma das primeiras bebidas alcoólicas criadas pelo homem (ARNOLD, 2005; RUDGLEY, 1993); e é também, bebida alcoólica mais consumida no mundo atualmente e a terceira bebida mais popular no mundo – sendo a primeira a água e a segunda, o chá (NELSON, 2005). Desta forma, observa-se que a cerveja é uma bebida muito aceita pela sociedade, fazendo parte de vários segmentos, como: gastronomia, turismo, encontros sociais, bares entre outros. De acordo com os dados da CervBrasil - Associação Brasileira da Indústria da Cerveja (2014), o Brasil é o terceiro maior produtor de cerveja do mundo, com 13 bilhões de litros/ano. Além das grandes indústrias, observa-se que a cada ano surgem novas microcervejarias, cervejarias ciganas e cervejarias artesanais. No Brasil, o Decreto Federal Brasileiro nº 6.871, de 4 de junho de 2009 define a cerveja como uma “bebida obtida pela fermentação alcoólica do mosto cervejeiro oriundo do malte de cevada e água potável, por ação da levedura, com adição de lúpulo.”

No Brasil o segmento do turismo está em grande expansão, temos como exemplo os centros cervejeiros e rotas cervejeiras, como a Rota da 2 Cerveja em Curitiba, encontrada no Paraná e a Rota das Cervejas artesanais de Santa Catarina. Nota-se, ainda, as Festas da Cerveja como a famosa Oktoberfest, que nasceu na cidade de Munique na Alemanha mas que ocorre também em algumas cidades no sul do Brasil onde tem-se uma descendência de imigrantes alemães muito forte, como Blumenau (SC) e Igrejinha (RS). A tradição da produção da cerveja em Santa Catarina é resultado da forte influência da colonização germânica no estado. Uma das principais cervejarias que carregam a produção artesanal em sua história é a Cervejaria Canoinhense. Esta cervejaria está localizada na cidade de Canoinhas no planalto norte catarinense, sendo o município, palco da Guerra do Contestado (1912-1916) e importante rota econômica entre São Paulo e Rio Grande do Sul.

Foi fundada no ano 1908 pelos cervejeiros Pedro Nicolau Werner e Roberto Bachmann, em Santa Cruz de Canoinhas (depois Ouro Verde e atual Canoinhas – SC), e vendida em 1924 para família Löffler que até os dias de hoje administra e produz as cervejas artesanais. A Cervejaria Canoinhense ganha destaque nacional por ser a cervejaria artesanal mais antiga do país ainda em funcionamento. Segundo Ronaldo Morado (2017), o Brasil atualmente desponta como o mais promissor mercado do mundo no segmento, estimulando o empreendedorismo, ou seja, microcervejarias e associações de cervejeiros domésticos ganham seu espaço no imenso potencial do país que é caracterizado pelas múltiplas faces culturais.

Os imigrantes vindos da Europa trouxeram na bagagem suas tradições e conhecimentos procuraram reproduzir seu antigo modo de vida, adaptando-se a sua nova situação. A cerveja fundamental na dieta e nas festividades alemães, austríacos, poloneses e ingleses, começou a ser produzida nas regiões Sul e Sudeste do Brasil, locais em que os colonos passaram a habitar. (MORADO, 2017). A família do mestre cervejeiro Rupprecht Loeffler, vindos da Alemanha no ano de 1897, passou a produzir cerveja no ano de 1924 na Cervejaria Canoinhense, onde

continuam a produzir e administrar a cervejaria até os dias de hoje. Sua produção segue a Lei da pureza Alemã, com a receita que está na família a mais de 5 gerações, produzindo cerca de 1550 garrafas por mês mesmo após do o falecimento do Mestre Cervejeiro Rupprecht em 2011, este que foi homenageado com a criação do Dial da Cerveja Brasileira. A Reinheitsgebot mais conhecida como a Lei da Pureza seguida até hoje na Cervejaria Canoinhense, foi um marco na história da cerveja, determinando definitivamente a cevada, água, malte e o lúpulo como ingredientes básicos, rejeitando bebidas que se rotulavam cerveja mas usavam trigo, arroz, milho, diversas ervas ou outros adjuntos como açúcares e frutas. (MORADO, 2017). O patrimônio imaterial é transmitido de geração a geração, constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade, contribuindo para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana. (IPHAN)

Nos municípios de colonização predominantemente germânica há diversas fábricas de produção de cerveja e cervejarias artesanais. Para garantir a permanência física e da história desse legado, foi criada uma rota turístico/cultural da cerveja em Santa Catarina. Esta rota, busca além da conservação das cervejarias artesanais, o incentivo ao turismo e a permanência da fabricação da cerveja conforme a lei Alemã. A rota da cerveja é baseada nas sub regiões do estado, sendo o Caminho dos Príncipes uma das regiões que pertencem a Rota da Cerveja. Canoinhas está inserida nesta região e faz divisa com a sub região Grande Oeste, que também possui cidades na Rota da Cerveja.

A cervejaria está inserida no bairro Sossego, um dos bairros com maior infraestrutura urbana e usos da cidade. Por fazer fronteira direta com o centro do município e sua localização está próxima a órgãos institucionais como a prefeitura, e existem diversos usos comerciais e também residências unifamiliares e multifamiliares em seu entorno. Porém a Cervejaria Canoinhense atualmente não está em funcionamento, fazendo com que o município de Canoinhas tenha dificuldades em ter uma identidade cervejeira.

Esta falta de identidade pode ser dificultada pela ausência de políticas públicas de incentivo a cultura cervejeira na cidade de Canoinhas e ausência de incentivo do setor privado. Assim, estes fatores podem contribuir para a ausência de projetos turísticos no ramo cervejeiro do município.

Desta forma, este presente artigo tem como objetivo realizar entrevistas com diferentes públicos de diferentes áreas, a fim de extrair respostas que expressem as dificuldades que o município de Canoinhas tem para não se tornar reconhecida no ramo cervejeiro, mesmo tendo em sua região, a cervejaria artesanal mais antiga do país.

2. Materiais e Métodos

O presente estudo possui uma abordagem de pesquisa que está classificada como qualitativa (Bauer & Gaskell, 2002), por meio de questionários os quais foram analisados utilizando como ferramenta metodológica a análise de conteúdo, conforme proposto por Bardin (2011). Desta forma, o conteúdo dos questionários foi submetido a três fases de análise: 1) a pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento e interpretação dos resultados. Durante a pré-análise, foi realizada a leitura dos questionários e a definição de hipóteses. Na etapa de exploração do material, foram definidos sistemas de codificação, que foram utilizados para o tratamento dos dados e interpretação dos resultados, durante a terceira fase do estudo.

Para a elaboração das entrevistas, foi definido um perfil considerando a faixa etária (21 a 30 anos e 31 a 40 anos) e as seguintes áreas de atuação: política, educação, área cervejeira, arquitetura, engenharia e tecnologia de alimentos. (Tabela 1). Este público foi escolhido devido à possibilidade de um ponto de vista mais amplo, para a obtenção de respostas diferentes, para maior exploração dos códigos e resultados. Com base no perfil estipulado, foram realizadas entrevistas com 11 pessoas do município de Canoinhas, utilizando um questionário estruturado na forma de 5 (Tabela 1), elaborado em sistema LibreOffice Writer e enviado via correio eletrônico.

Tabela 1. Caracterização das pessoas entrevistadas considerando o perfil estabelecido.

Áreas de Atuação	Faixa Etária	
	21 a 30	31 a 40
Política	1	0
Educação	0	2
Área cervejeira	3	0
Arquitetura e Engenharia	1	2
Tecnologia em Alimentos	2	0

Considerando as hipóteses formuladas, foi criado um sistema de codificação para a categorização e interpretação das repostas dos questionários, conforme descrito no Quadro 1. Os documentos foram lidos e os códigos identificados nas repostas dadas por meio de palavras e cores utilizando o sistema ATLAS.ti 8. A codificação das repostas gerou um banco de dados que foi utilizado para análise e interpretação com auxílio do sistema LibreOffice Calc.



Quadro 1. Questionário e códigos submetidos:

1)Você já frequentou a cervejaria Canoinhense? Códigos: Sim e Não
2) Por que você abriria uma cervejaria em Canoinhas: Códigos: Localização, potencial da cidade, mercado novo e cidade cervejeira.
3)Por que não abriria uma cervejaria em Canoinhas? Códigos: Ramo de trabalho, renda, restauração da cervejaria, falta de incentivo político.
4)Frequentaria a cervejaria Canoinhense se ela estivesse em funcionamento? Códigos: Ambiente e história
5) Como seria uma cervejaria ideal? Códigos: Produtos próprios, ambiente aberto, degustação, localização e visitação ao processo de fabricação.

Após o recebimento dos questionários, os documentos foram submetidos a uma leitura prévia e a determinação das seguintes hipóteses de estudo:

- a) Falta de incentivo político e econômico;
- c) Localização do município;
- d) Baixo envolvimento do município de Canoinhas na cultura cervejeira.

3. Resultados e discussões

A partir dos resultados obtidos conforme o questionário, a pergunta inicial foi se a pessoa já frequentou a cervejaria Canoinhense, para tentar entender se há conhecimento da história e cultura cervejeira. A seguir, a tabela representa:

Tabela 2 - Você já frequentou a cervejaria Canoinhense?

Frequentou a cervejaria?	Entrevistados	Faixa Etária
Não	1	20-30
Não	2	30-40
Sim	5	20-30
Sim	3	30-40

Fonte: Autoria própria.

Pode-se notar que 72% dos entrevistados já frequentou a Cervejaria Canoinhense, dentro da faixa etária de 20-30 e de 30-40 foram 8 pessoas que visitaram, muitas respostas observadas sobre a visita da cervejaria, constata que muito dos entrevistados conheceram a cervejaria durante o período escolar porque fizeram uma visita com a escola onde estudavam e relataram que era padrão conhecer esta cervejaria. Porém, da faixa etária de 20-30 e 30-40 apenas 3 não visitaram a cervejaria, duas pessoas da faixa etária de 30-40 e apenas 1 de 20-30 anos, estes entrevistados são pessoas que moram em cidade vizinha ou emigraram para o município de Canoinhas. Desta forma, observa-se que todos que nasceram no município de Canoinhas visitam a Cervejaria Canoinhense, conhecendo o local no período escolar ou por eventos.

A partir disso, foram observados dados em relação à segunda pergunta, a qual aborda: Canoinhas teria suporte para se tornar uma cidade cervejeira? A seguir, a tabela representa esta questão:

Tabela 3 - Canoinhas teria suporte para se tornar uma cidade cervejeira?

Canoinhas teria suporte para se tornar uma cidade cervejeira?	Entrevistados	Códigos
Sim	8	História da Cervejaria; Política de Incentivo; Cultura Cervejeira; Localização;
Não	1	Cultura Cervejeira;
Talvez	2	Apoio Político; Localização; História da Cervejaria.

Dos onze entrevistados, oito relataram que Canoinhas teria suporte para se tornar uma cidade conhecida como cervejeira e outros códigos foram detectados a partir das respostas, são eles: história da cervejaria, política de incentivo, cultura cervejeira e localização. Estes códigos foram o que mais apareceram nas respostas dos entrevistados, salientando a importância principalmente da história da cervejaria, a qual remete a uma cultura cervejeira muito forte.

Destacou-se também a falta de incentivo político da região em relação ao turismo cervejeiro, o qual demonstra a falta de interesse dos políticos para a valorização da cervejaria, valorização da identidade da cidade, o que interfere diretamente no turismo cervejeiro e no reconhecimento da cultura cervejeira. Apenas um dos entrevistados relata que Canoinhas não teria suporte, porque o mesmo acredita que não há cultura cervejeira suficiente no local para ocorrer este reconhecimento e apenas dois dos entrevistados ficaram em dúvidas em relação a esta pergunta, apontando os mesmos códigos como: falta de apoio político, localização e história da cervejaria. A terceira questão remete a: Como seria uma Cervejaria ideal em Canoinhas?

Tabela 3 – Como seria uma cervejaria ideal em Canoinhas?

Como seria uma cervejaria ideal em Canoinhas?	Entrevistados
Códigos:	
Produtos Próprios	3
Visitação ao processo de fabricação	3
Ambiente aberto	1
Degustação	2
Localização	2

Fonte: Autoria própria.

Nesta questão de como seria uma cervejaria ideal em Canoinhas, visando tornar a cidade um ponto turístico no ramo cervejeiro, foram detectados os seguintes códigos: Produtos próprios, visitação ao processo de fabricação, ambiente aberto, degustação e localização. Pode-se notar que os códigos a) produtos próprios e b) visitação ao processo de fabricação, foram os códigos que mais apareceram dentro dos resultados, podendo observar que os entrevistados valorizam os produtos da própria região e se interessam pelo processo de fabricação de Cerveja.

Para Plummer et al. (2005) o turismo cervejeiro é realizado pelas atividades cuja principal motivação está na visita a fábricas de cerveja, para conhecer o processo de fabricação e degustar o que é produzido. Para os autores, a degustação é, aliás, além de motivo fundamental, uma estratégia para gerar novos consumidores de cerveja e atrair mais visitantes. Desta forma, evidencia-se que o consumidor se interessa pela produção da cerveja, sendo uma questão atraente para apreciadores de cerveja.

Em relação aos outros códigos, foi apontando a ‘localização’, a qual é um ponto importante, demonstrando que a cervejaria está localizada no centro da cidade e de fácil acesso à população. Além disso, a Cervejaria Canoinhense está localizada no Estado de Santa Catarina, e este Estado contém roteiros de turismo cervejeiro. Na região Sul se explora dois roteiros de turismo cervejeiro, para o segmento de cervejas premium: a) Roteiro de cervejarias artesanais em Santa Catarina, com ênfase para o município de Blumenau; e b) Rota da Cerveja de Curitiba e região metropolitana, no Paraná (BIZINELLI et al., 2013, p. 351).

O Vale do Itajaí, em Santa Catarina, possui alta concentração de cervejarias e isso levou à criação do roteiro cervejeiro conhecido como, “O Vale da Cerveja”, que percorre treze



cervejarias distribuídas entre as cidades de Blumenau, Brusque, Gaspar, Ibirama, Pomerode e Timbó, com percursos flexíveis que podem ser adequados de acordo com os interesses dos turistas. Basicamente, o roteiro desenvolvido no Vale da Cerveja envolve visitas às cervejarias, minicursos e visitas em pontos turísticos das cidades percorridas (VALE DA CERVEJA, 2019). As informações demonstram que Canoinhas poderia se tornar uma cidade turística e participar do roteiro “O Vale da Cerveja” contribuindo para a valorização da história da Cervejaria Canoinhense, reforçando a identidade cultural do local e a economia.

O último código detectado, foi o “ambiente aberto” onde se retrata que este entrevistado, gostaria de um local com o ambiente aberto e de fácil acesso, explorando o local e a história que a cervejaria apresenta. A antiga fábrica da Bohemia, localizada atrás do Museu Imperial em Petrópolis/RJ, é o segundo ponto turístico mais visitado do município (CHEMIN, 2018) possuindo interativos com ambiente aberto e temático, além de proporcionar degustação de rótulos da Bohemia. O local oferece também experiências sensoriais e degustações exclusivas a partir do tour cervejeiro que explora história, o processo de produção e os ingredientes usados na preparação e cervejas (CERVEJARIA BOHEMIA, 2018).

Nota-se que os consumidores apreciam locais abertos que buscam proporcionar experiências interativas, não somente na parte da degustação, mas na parte histórica que as cervejarias trazem, contribuindo para o turismo da região e para a identidade cervejeira.

Após esta análise dos questionários, seguindo a metodologia de Laurence Bardin, os entrevistados acreditam que a região de Canoinhas pode ter suporte para ter uma cervejaria “ideal”, ajudando também no desenvolvimento cervejeiro. Porém há a existência de fatores que fazem a cidade não se desenvolver no turismo cervejeiro e na cultura cervejeira como a ausência de políticas públicas na área de turismo e cultura cervejeira, a falta de incentivo do setor privado e a ausência da valorização da história cervejeira dos cidadãos.

3. Conclusão

Desta forma, este presente artigo realizou entrevistas com diferentes públicos de diferentes áreas, a fim de extrair respostas que expressassem as dificuldades que o município de Canoinhas tem em se tornar uma região conhecida pelo turismo cervejeiro, já que o município pertence ao Estado de Santa Catarina, o qual possui rotas cervejeiras muito conhecidas.

Muitos dos códigos avaliados e que mais teve repetição, foram: a falta de incentivo político e a falta da cultura cervejeira, demonstrando que estes aspectos são fatores negativos para o desenvolvimento de uma cidade turística e cervejeira.

Com o estudo, ficou evidente que várias pessoas já frequentaram a Cervejaria Canoinhense e que a cidade teria suporte para se tornar uma cidade cervejeira, principalmente pelo seu lado histórico, onde há uma cervejaria artesanal desde 1908. Além disso, aponta-se que seria necessário obter incentivo político, valorizando eventos locais, valorizando a cervejaria e criando uma cultura cervejeira na população.

Outro fator a ser mencionado, seria a localização do município, alguns dos entrevistados apontaram que este fator seria benéfico, pela cervejaria estar localizada no centro da cidade e no Estado de Santa Catarina.

Por fim, tendo identificado estes códigos positivos e negativos, faz-se fundamental a necessidade de dar continuidade aos estudos sobre o tema, para ocorrer o incentivo na população e não deixar que a história da Cervejaria Canoinhense seja esquecida, assim, criando o turismo local e a identidade cervejeira.



Agradecimento

Primeiramente gostaria de agradecer ao universo, as energias divinas e aos orixás para que eu pudesse encerrar mais um ciclo em minha vida;

Agradeço imensamente ao meu pai Marcelo Schelbauer por estar ao meu lado em todas as viagens que precisei fazer para alcançar o título;

Agradeço a minha família pelo apoio e incentivo;

Agradeço a minha amiga Marina Kuhl por estar ao meu lado sempre que precisei;

Agradeço aos professores desta pós-graduação pelo trabalho de docência;

Agradeço ao meu orientador Marcos Stroschein pela oportunidade de ser sua orientanda;

Agradeço a rede pública de educação de qualidade, que sem ela, eu não teria chegado até aqui.



Referências

ARNOLD, J. P. **Origin and History of Beer and Brewing: From Prehistoric Times to the Beginning of Brewing Science and Technology** (em). Cleveland, Ohio: [s.n.], 2005.

BAUER, M. W. e GASKEL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 3. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

Bardin, L.(2011). **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70.

Bardin, L. (2006). **Análise de conteúdo** (L. de A. Rego & A. Pinheiro, Trads.). Lisboa: Edições 70. (Obra original publicada em 1977).

BRASIL, **DECRETO- LEI Nº 6.871**, de 4 de junho de 2009. Dispõe sobre a padronização e classificação, registro, a inspeção, a produção e fiscalização de bebidas. Brasília, 2009. Disponível em < <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/vigilancia-agropecuaria/ivegetal/bebidas-arquivos/decreto-no-6-871-de-4-de-junho-de-2009.doc/view>>. Acesso em: 05 de jun. 2020.

BRASIL. IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Patrimônio Cultural. IPHAN, 2015. Disponível em: < <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/761/>>. Acesso em: 28 de ago. 2020.

BIZINELLI, C.; MANOSSO, F. C.; GÂNDARA, J. M. G.; VALDUGA, V. **Experiências de Turismo Cervejeiro em Curitiba/PR**. Revista Rosa dos Ventos, 5 (2), p. 349-375, abril-jun, 2013.

CervBrasil (2014). **Release institucional**. Disponível em < <http://cervbrasil.org.br/arquivos/releases/Release-Institucional.pdf> >. Acesso em: 14 de Mai. 2020.

CHEMIM, P. **7 Pontos turísticos imperdíveis em Petrópolis**. Qual viagem. Disponível em: < <http://www.qualviagem.com.br/7-pontos-turisticos-imperdiveis-em-petropolis/> > Acesso em: 28 de Ago. 2020.

CERVEJARIA BOHEMIA. **Tour cervejeiro**. 2018. Disponível em: < <https://www.bohemia.com.br/tour.php>>. Acesso em: 20 de Ago. 2020.

FAGLIARI, Gabriela S. **Turismo e alimentação: análises introdutórias**. São Paulo: Roca, 2005.



MORADO, Ronaldo. **Larousse da cerveja, a história e as curiosidades de uma das bebidas mais populares do mundo.** 1ed., aláude. São Paulo, 2017.

NELSON, M. The barbarian's beverage: **A history of beer in ancient Europe.** Routledge, 2005. NIESTER, J. Beer.

PLUMMER, R.; TELFER, D.; HASHIMOTO, A.; SUMMERS, R. **Beer tourism in Canada along the Waterloo-Wellington Ale Trail.** *Tourism Management*, 26 (3), p. 447–458. 2005.

SCHLUTER, Regina G. **Gastronomia e turismo.** São Paulo: Aleph, 2003.

VALE DA CERVEJA. **Vale da Cerveja** – Santa Catarina. Disponível em: < <http://valedacerveja.com/> >. Acesso em: 19 de julh. 2020.