

**PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

CANAL DA CERVEJA

**Autor: Jhonatan Kendi Hirashima Jardim
Orientadora: MsC. Maria Cecília Alves Martinez**

**Brasília - DF
2015**

JHONATAN KENDI HIRASHIMA JARDIM

**CANAL DA CERVEJA: A CRIAÇÃO DE UM CANAL NO YOUTUBE,
SOBRE CERVEJAS ARTESANAIS**

Memorial apresentado ao curso de graduação em Comunicação da Universidade Católica de Brasília, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: MsC Maria Cecília Alves Martinez

**BRASÍLIA
2015**

Dedico este trabalho aos meus pais, que acreditaram em mim e aos meus amigos, que me ajudaram e me apoiaram, durante toda a fase de desenvolvimento deste projeto, para que eu pudesse vencer esta longa etapa.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, que estiveram comigo e me apoiaram, para que eu pudesse chegar ao final desta etapa em minha vida. À minha mãe, que me deu todo o incentivo e apoio, para que eu pudesse concluir este curso e dar um passo importante em minha vida.

Também agradeço aos meus amigos, que me ajudaram, no desenvolvimento deste trabalho, pois sozinho, eu não poderia realizar este projeto. Meu amigo Tiago dos Santos, que aceitou o desafio de desenvolver este projeto, trazendo sua experiência, equipamentos e disponibilidade. Ao meu amigo Marcelo Capella, parceiro das brasagens das cervejas artesanais. Aos meus amigos Tercius Murilo Quito e Débora Ferreira, por cederem sua casa, para uma das etapas das filmagens e ao Murilo, que me ofereceu sua experiência com as cervejas e aceitou ser meu entrevistado, para enriquecer o conteúdo do projeto. Meus amigos Andreia Fonseca e Hugo Sueyoshi, que me auxiliaram nas produções em estúdio. Aos meus amigos Renato Cardoso Lima e Márcia Almeida, que cederam sua casa, sua paciência e auxílio, em uma das etapas das filmagens. Ao meu amigo Ralf Louzada, que me apoiou, incentivou e auxiliou parte deste projeto. Ao professor Paulo Trindade, que me orientou, nos passos que eu deveria seguir, para retomar a conclusão do curso e se ofereceu para me auxiliar no que fosse necessário.

Por fim, agradeço à professora Maria Cecília Alves Martinez, por aceitar o desafio de me orientar. Eu, um aluno que estava afastado das salas de aula por muito tempo e que, sem prática com o desenvolvimento do TCC, precisava concluí-lo em apenas um semestre, considerando que eu tive que recomeçar um tema totalmente do zero.

RESUMO

Programa para canal do Youtube, com entrevistas no formato talk-show informal, com pessoas, inicialmente de Brasília, que trabalham com cerveja, produzem, comercializam, consomem ou tem alguma experiência com cervejas especiais. Outra abordagem do programa será na parte de produção de cerveja artesanal, reviews de cervejas artesanais e um pouco da história da cerveja. O programa será de caráter descontraído, informal, trazendo conteúdo informativo do universo cervejeiro, a princípio, de Brasília, com abertura para futuras divulgações publicitárias de produtos e marcas do mercado cervejeiro. O programa terá o desenvolvimento de uma marca, além de uma vinheta de abertura/encerramento, com música e trilha BGM, para acompanhar as narrações de estúdio e cenas sem locução.

Palavras-chave: Cerveja, Artesanal, Especial, Brassagem, Canal, Programa, Entrevista, Review.

ABSTRACT

Program YouTube channel, with interviews in informal talk-show format, with people, initially in Brasilia, working with beer, produce, sell, consume or have any experience with specialty beers. Another program approach will be on the production of craft beer, craft beers and reviews of some of the history of beer. The program will be relaxed character, informal, bringing information content of the beer universe, the principle of Brasilia, with opening for future disclosures of advertising products and brands in the beer market. The program will develop a brand, and a vignette in / out, with music and BGM track to accompany the studio scenes and stories without narration.

Keywords: Beer, Craft, Special, Brewers, Channel, Program, Interview, Review.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Logo do canal do YouTube, Cervejando.....	29
Figura 02: Logo do canal do YouTube, Papo Cervejeiro	29
Figura 03: Folder do Concurso Mestre Cervejeiro, da cervejaria	30
Figura 04: Logo do Canal da Cerveja	30
Figura 05: The Colors of Beer	31

LISTA DE TABELAS

Tabela 01: Roteiro do Canal da Cerveja - episódio 01: Entrevista	16
Tabela 02: Roteiro do Canal da Cerveja - episódio 02: Brassagem	18

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
1.1. OBJETO	11
1.2. JUSTIFICATIVA	11
1.3. OBJETIVOS GERAL E ESPEFÍCICOS	11
1.4. APRESENTAÇÃO	12
2. À CERVEJA ARTESANAL	12
3. O PROGRAMA PARA O CANAL NO YOUTUBE	13
4. O PLANEJAMENTO	14
5. O ROTEIRO	15
6. A CONCEPÇÃO DO NOME	22
7. OS EQUIPAMENTOS	23
8. A ENTREVISTA	24
9. A BRASSAGEM	25
10. O REVIEW	26
11. O ESTÚDIO	27
12. A EDIÇÃO	28
13. A CONCEPÇÃO DO LOGO	29
14. A VINHETA	31
15. A TRILHA E BGM	32
CONCLUSÃO	34
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	35

1. INTRODUÇÃO

Até chegar na ideia final, para meu projeto, passei por outras ideias e outros orientadores. Comecei, com a ideia de criar um produto que falasse da relação da música com a publicidade. Iria abordar as influências da música, na persuasão dos comerciais, tanto para TV e internet, quanto para rádio. Para isso, precisaria me aprofundar nos estudos da música, para entender as sensações que as variações e combinações de notas e melodias causariam ao espectador. Mudei de orientador e, apesar de o tema permanecer, o segundo orientador sugeriu que eu criasse um material didático, para tratar de jingles, focando o público universitário e profissionais da área de comunicação.

Com imprevistos que foram surgindo, ao longo do tempo, tive que trancar, retornei aos estudos e tranquei por diversas vezes. Também mudei o tema do meu projeto. Abandonei a ideia da música e a publicidade e desenvolvi uma história, uma ficção – eu queria escrever um livro. No entanto, minhas orientações foram um pouco confusas e surgiram mais imprevistos. Acabei abandonando o semestre e mantive assim, até finalmente tomar a decisão de concluir meus estudos.

Ainda que não tivesse pensado no formato do produto que eu iria desenvolver, iniciei, por mais uma vez, a jornada de concluir meu curso. Como decidi, novamente, mudar meu tema, para algo completamente diferente, teria que recomeçar tudo do zero (ainda mais, considerando que já havia perdido a prática, para desenvolver o TCC). Conversando com minha orientadora e, depois de pesquisas e de muito refletir sobre o formato do produto, consegui defini-lo.

A partir dali, começaria a surgir um programa, para um canal exclusivo, no YouTube, que falasse sobre cervejas artesanais. De uma forma descontraída, sem perder o caráter informativo, o programa abordaria o assunto, com uma linguagem simplificada e explicativa, para atingir tanto o público que já conhece sobre o assunto, quanto aqueles que, até então, nunca se interessaram em se aprofundar no assunto.

1.1. OBJETO

O produto trata-se de uma sequência de dois filmes. É um programa, para um canal do YouTube, abordando assuntos específicos, sobre cervejas artesanais. Como já produzo cervejas e acompanho a evolução deste segmento, vi uma ótima oportunidade para criar um material diferenciado, que atraia um público mais amplo (tanto os experientes, como os iniciantes), que queira conhecer mais a respeito.

1.2. JUSTIFICATIVA

Este trabalho visa abrir espaço para profissionais que trabalham no segmento e, até mesmo, pessoas que encaram como *hobbie*, divulgarem seus trabalhos e experiências na área. Assim, o Canal da Cerveja poderá criar parcerias e disponibilizar espaço para publicidade e patrocínio.

1.3. OBJETIVOS GERAL E ESPECÍFICOS

Objetivo geral: Produzir programas em audiovisual, com exposição no YouTube, através de um canal exclusivo, criado para a publicação dos vídeos.

Objetivos específicos: Compartilhar experiências de pessoas que lidam com este segmento, através de entrevistas (em formato *talk-show*), vídeos demonstrativos, *reviews* de suas produções e divulgação de seus trabalhos. Fazer o levantamento de todo o processo e o detalhamento das atividades, através do memorial, que traz a descrição da produção do produto.

1.4. APRESENTAÇÃO

Neste memorial, o leitor encontrará todas as etapas da criação do Canal da Cerveja, desde sua idealização até sua execução. Roteiros para os programas, lista de equipamentos utilizados, os processos para cada tipo de filmagem, locações e referências de pesquisas para criação de logo, trilha e estilo do programa também compõem este memorial, com todas as suas descrições. Este memorial foi escrito, colocando-me em terceira pessoa, a fim de torná-lo mais informativo, descritivo e impessoal.

2. À CERVEJA ARTESANAL

[...] é produzida a partir de ingredientes provenientes da natureza, tais como: cevada maltada, cereais não maltados, lúpulo, levedura e água. Também pode ser adicionada na preparação, outra matéria-prima amilácea. O teor alcoólico das cervejas é classificado de acordo com a porcentagem de álcool que a cerveja apresenta: 0,05% a 2,0% é considerada de baixo teor alcoólico, de médio teor deve estar entre 2% a 4,5% e de alto teor alcoólico de 4,5% a 7% de álcool (SILVA, 2009, p. 01).

A **cerveja** (do gaulês, através do latim *servisia*) é uma bebida produzida a partir da fermentação de cereais, principalmente a cevada maltada. Acredita-se que tenha sido uma das primeiras bebidas alcoólicas que foram criadas pelo ser humano. Atualmente, é a terceira bebida mais popular do mundo, logo depois da água e do chá. É a bebida alcoólica mais consumida no mundo atualmente. (CERVEJA, 2015)

Para iniciar este assunto, é importante fazer uma releitura do trajeto que levou Jhonatan Kendi a idealizar este projeto. Seu interesse pelas cervejas especiais começou, quando esta cultura ainda estava sendo pouco vista pelo mercado. Antes mesmo, de haver uma boa variedade nos estabelecimentos comerciais, sua busca por cervejas de melhor qualidade, objetivando mais a qualidade, do que a quantidade, já se iniciava. Só que, como a diversidade ainda era muito limitada, aos poucos, as cervejas que surgiam nos mercados iam sendo descobertas.

Em meados de 2004, as variedades da cervejaria Bohemia tiveram seu destaque. Até mesmo nos bares, suas sugestões eram a de que os pedidos de cervejas um pouco acima dos padrões populares, como a Bohemia e a Antártica Original tivessem a preferência. Alguns

anos depois, surgiu a cerveja Stella Artois (cerveja Belga) em Brasília. Logo depois, as cervejas Devassa (nacional), que já se diferenciavam das cervejas populares, pelos seus estilos diferentes. A partir daí, deu-se início a um caminho sem volta. Cervejarias, como a Eisenbahn (nacional), Baden Baden (nacional), Paulaner (Alemã) e outras, começavam a se destacar, entre as cervejas especiais. Sua vontade de conhecer mais e mais, saborear e entender as origens foi se tornando, cada vez mais, um *hobbie* consciente.

Chegou um momento, em que esse *hobbie* se especializou, a ponto de iniciar experiências, com cervejas artesanais. Tercius Murilo Quito, o entrevistado do primeiro programa, fez um curso e começou a produzir suas cervejas. Por convite de Murilo, Kendi pôde acompanhar todos os processos e auxiliá-lo, aprendendo um pouco de como se faz cerveja.

Pouco tempo depois, mencionando, para alguns amigos, que havia um curso para cervejeiros em Brasília, um deles se interessou e também fez o curso, que é ministrado no Lago Norte. Depois de fazer o curso e adquirir os equipamentos, Marcelo Capella, também iniciou seus trabalhos e Kendi entrou, em parceria com Marcelo, agregando um pouco de suas experiências e conhecimentos. Passaram, então, a produzir suas cervejas.

3. O PROGRAMA PARA O CANAL NO YOUTUBE

Redes sociais na Internet são constituídas de representações dos atores sociais e de suas conexões. Essas representações são, geralmente, individualizadas e personalizadas. Podem ser constituídas, por exemplo, de um perfil no Orkut, um weblog ou mesmo um fotolog. As conexões, por outro lado, são os elementos que vão criar a estrutura na qual as representações formam as redes sociais. Essas conexões, na mediação da Internet, podem ser de tipos variados, construídas pelos atores através da interação, mas mantidas pelos sistemas online. (RECUERO, s/d, p. 03)

A ideia de criar um programa audiovisual que fale sobre cerveja, veio do desejo de Kendi aprofundar ainda mais, nos conhecimentos sobre cervejas artesanais. Mais do que se aprofundar, seu objetivo é ajudar a difundir essa cultura que, em outros países como a Alemanha, Bélgica e Inglaterra, já existe há séculos. No Brasil, ainda é muito recente.

A cultura das cervejas é fabulosa. Para isso, Kendi viu, na internet, a forma mais prática de compartilhar o assunto. Para que pudesse criar um produto, com um formato interessante e que as pessoas não se dessem ao trabalho de ler e pesquisar muito, ele decidiu reunir as informações, no formato de vídeos, transformá-los em um programa e publicá-lo em um Canal no YouTube, criado exclusivamente para este projeto.

Ferramentas de publicação pessoal, tais como os weblogs, fotologs, e mesmo o **YouTube** [grifo nosso], por exemplo, deu força e alcance para esses fluxos ampliando a característica de difusão das redes sociais. Muitas dessas informações são difundidas de forma quase epidêmica, alcançando grandes proporções tanto online quanto off-line (Adar e Adamic, 2005, apud. RECUERO, 2007, p. 10)

Mas Kendi não tinha equipamentos, nem conhecimentos técnicos, para filmar e editar. Foi então que seu amigo, Tiago dos Santos, entrou no projeto. Com tudo o que Kendi precisava, para criar esse programa, para o YouTube, iniciaram os trabalhos, com muita troca de informações e parcerias com outros amigos, que toparam ajudá-lo, para que ele pudesse executar todas as ideias projetadas.

4. O PLANEJAMENTO

[...] por convenção, o planejamento é uma etapa do modelo de processo de desenvolvimento de sistemas onde as metas e ações do projeto são definidas. Analogamente, esta etapa se apresenta sob a forma de Pré-produção no processo de desenvolvimento de programa para TV. Na metodologia para TVDI, não é muito diferente, mas deve-se buscar, nesta etapa, além da concepção do programa, a priorização das tarefas e a estimativa de custo de cada iteração (VEIGA, TAVARES, s/d, p,03).

O começo de tudo está aqui. As primeiras ideias, colocadas em palavras, apresentadas à orientadora e discutida com a equipe, foram tomando forma. A cerveja, o programa, o canal, o roteiro, as filmagens... Tudo partiu do planejamento.

Foi, então, definida a estrutura do canal: Seria um programa, para falar sobre o universo da cerveja, com entrevistas, no formato *talk-show*, as produções documentadas, para o espectador conhecer o processo de produção de uma cerveja artesanal, *reviews* e um pouco da história sobre a cerveja. Depois disso, Kendi escreveu o roteiro, fez contatos, para executar

cada etapa do programa e, junto com Tiago, planejaram o formato de cada filmagem, para chegarem às locações e realizarem as filmagens, da forma mais eficiente e qualitativa possível.

5. O ROTEIRO

O **roteiro** (português brasileiro) ou **argumento** ou **guião** (português europeu), em inglês *script* (forma reduzida de *manuscript* - manuscrito), é a forma escrita de qualquer espetáculo audiovisual, escrito por um ou vários profissionais que são chamados de roteiristas(argumentistas ou guionistas).

O roteiro ou guião é um documento narrativo utilizado como diretriz para espetáculos de cinema ou programas televisivos. (ROTEIRO, 2015)

Inicialmente, Kendi criou um roteiro, com todas as partes do programa, em um único episódio. No entanto, ele notou que o programa ficaria muito extenso e se tornaria cansativo, para os espectadores. História da cerveja, entrevista, brasagem (processo de produção de cerveja), *review* de cerveja... Por conta disso, ele tomou a decisão de dividir em dois episódios:

No primeiro episódio, a entrevista foi o foco, pois, com um conteúdo extenso, não teria como dividir o tempo com outros quadros.

O segundo episódio ficou por conta da Brassagem, da história do estilo produzido e do *review* da cerveja.

Os roteiros foram criados no formato Tabela, seguindo as regras para a composição de um roteiro, na fonte “Courier New”. A tabela é dividida em “Cena”, “Vídeo/Descrição” e “Áudio/Locução/texto”.

Seguem os roteiros:

➤ **Canal da Cerveja**

a) Episódio 01: Entrevista

CENA	VÍDEO/DESCRIÇÃO	ÁUDIO/LOCUÇÃO/TEXTO
1	Chamada	
	<p>Em estúdio: Breve chamada, iniciando o programa</p>	<p>Cerva, Breja, Gelada, Loira, No Happy hour, no churrasco, no bar, em casa, Nacional, importada, popular, artesanal...</p> <p>Enfim, cerveja é cerveja. E tem para todos os gostos, bolsos e ocasiões.</p> <p>Quer saber mais?</p> <p>Então continue com a gente, que está começando o Canal da Cerveja!</p>
2	Vinheta	
	(Roda vinheta de abertura)	
3	Introdução ao programa	
	<p>Em estúdio: Contando a ideia do projeto e o que vem por</p>	<p><i>Seja bem vindo ao Canal da Cerveja.</i></p> <p><i>Este programa foi feito</i></p>

	aí.	<p><i>para quem é apaixonado por este líquido sagrado.</i></p> <p><i>Aqui, você vai conferir dicas sobre o universo da cerveja, além de acompanhar entrevistas com outros amantes dessa bebida milenar.</i></p> <p><i>A gente também vai mostrar como é que se faz cerveja artesanal e contar um pouco sobre suas histórias e curiosidades, até chegar no seu copo.</i></p> <p><i>Então puxe uma cadeira, pegue a sua cerveja confere aí, a entrevista que preparamos para este primeiro programa.</i></p>
4	Entrevista	
	<p>Na locação da entrevista:</p> <p>Segue bate-papo com perguntas</p>	(Texto inicial e perguntas da entrevista, anexos)
5	Encerramento e créditos	
	Em estúdio:	<i>É isso aí!</i>

	<p>Agradecimento a toda a equipe, colaboradores e participantes do programa</p>	<p><i>Muito obrigado a você, que assistiu a este programa e, se gostou, clique em curtir e se inscreva em nosso canal.</i></p> <p><i>Fique ligado, que vem mais coisa bacana pela frente.</i></p> <p><i>Abraços e até o próximo episódio do Canal da Cerveja.</i></p> <p><i>Saúde!</i></p>
--	---	--

b) Episódio 02: Brassagem

CENA	VÍDEO/DESCRIÇÃO	ÁUDIO/LOCUÇÃO/TEXTO
1	Chamada	
	<p>Em estúdio:</p> <p>Breve chamada instigante, para iniciar o programa</p>	<p><i>"Você que gosta de cerveja, será que realmente sabe o que está bebendo?"</i></p>
2	Vinheta	
	(Roda vinheta de	

	abertura)	
3	Apresentação para brassagem	
	Em estúdio.	<p><i>E como eu disse que também iríamos mostrar como se faz, nós vamos apresentar a você, todo o processo artesanal, para a criação de uma cerveja de verdade!</i></p> <p><i>Esse processo se chama "Brassagem".</i></p> <p><i>Confere aí!</i></p>
4	Processo de Brassagem	
	<p>(No local da brassagem)</p> <p>Etapas da Brassagem:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Equipamentos - Insumos - Preparo dos ingredientes - Brassagem - Recirculação - Mashout 	<p>(Texto da locução da Brassagem anexo)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Filtragem - Mosto - Medição de densidade e correções (se precisar) - Fervura - Adição de lúpulos - Resfriamento -Medição de densidade - Transferência para fermentador - Fermento - Temperaturas e Air-lock - Tempo de Fermentação e maturação - medição da densidade final - Envase - Priming (adição de açúcar) - Maturação na garrafa 	
5	Review da Cerveja	

5.1	<p>Apresentação do Review em estúdio.</p> <p>(Estendo a mão para a direita, para pegar a garrafa)</p> <p>Estendo a mão para a esquerda, para pegar o copo)</p> <p>(Abridor vem voando, de frente e atinge meu rosto)</p>	<p><i>E, depois de todo esse processo de fermentação e maturação, finalmente, chegamos ao momento mais esperado:</i></p> <p><i>A degustação da cerveja!</i></p> <p><i>Para isso, nós temos...</i></p> <p><i>A cerveja!</i></p> <p><i>As recomendações de temperatura, para a American Pale Ale, ou APA, variam muito. Vão de 5 a 14 graus.</i></p> <p><i>O copo!</i></p> <p><i>Vou utilizar o caldereta, também conhecido como Shaker. Versátil, pode ser utilizado para servir cervejas do tipo English, algumas lagers escuras, IPAs e APAs, como esta.</i></p> <p><i>E o abri...dói, quer dizer, dor, quer dizer, abridor!</i></p>
5.2	Review em locação apropriada.	(texto do review anexo)
6	Encerramento e créditos	

	Em estúdio.	<p><i>E chegamos ao fim de mais um programa do Canal da Cerveja.</i></p> <p><i>Se você gostou deste programa, clique em gostei, compartilhe com seus amigos e se inscreva em nosso canal.</i></p> <p><i>Grande abraço e Cheers!</i></p>
--	-------------	---

6. A CONCEPÇÃO DO NOME

Antes de definir o nome do programa, Kendi fez um *brainstorm*, escrevendo todas as palavras que têm relação com o tema proposto e com assuntos de interesse em comum. Ele também fez pesquisas, na internet, para conhecer a linha de criação de outros canais semelhantes e não correr o risco de copiar nenhum nome, já existente.

Brainstorm

Cerveja Brassagem Lúpulo Cevada Malte Cereais Trigo Levedura Fermento Água Álcool	Estilos Copos Harmonização Rótulos Tampinhas Bolachões Envasar Engarrafar Acerva	Cervejando Cervejada Cervejaço Cervejeiro Cerveja de panela Verbo Cervejar Cervejai Rock Breja Cerva Rock Universo Cervejeiro Papo Cervejeiro
---	--	---

Mosto		Cerveja em Pauta
Carbonatar		Cerveja em Foco
Conversa		Cerva Mais Breja, Cerveja
Sommelier		Cerveja na Veia
Pão líquido		Cerveja Cultural
Degustação		Cervejada Cultural
Bate-papo		<u>Canal da Cerveja</u>
Entrevista		Vamos Beber
Review		
Dicas		
História		
Insumos		
Artesanal		
Música		
Rock		

Alguns nomes, como “Cervejando” e “Papo de Cervejeiro”, que Kendi havia pensado, já estão sendo utilizados, então o trabalho de pesquisa e criação continuou, até que ele pudesse definir um nome que tem a ver com a proposta de seu trabalho. Como será um programa, veiculado em um canal no YouTube, criado exclusivamente para este projeto, o nome traz o elemento da internet, direcionado ao tema: “CANAL DA CERVEJA”.

7. OS EQUIPAMENTOS

Para as filmagens, os equipamentos utilizados foram: Câmeras Canon (70D e T3i), Lentes Canon (50mm, 100mm, 24-105mm e 18-55mm), Gravador de áudio profissional DR 40 Tascam, Microfone direcional Shotgun, Placa de som USB com dois canais M-Audio Fast Track Pro, 2 soft box, 3 spots para 4 lâmpadas, 2 spots para 1 lâmpada, 10 lâmpadas fluorescentes 20w, 4 lâmpadas incandescentes 40w, 2 luminárias de tubo fluorescente com 2

lâmpadas, cada, 4 pedestais sem articulação, (spots de luz e soft box), 1 pedestal articulado (para o Shotgun), 1 monopé (para o shotgun e o gravador de áudio), 2 tripés grandes Benro A3580F (para câmeras), 1 tripé pequeno Manfrotto Compact Action (para câmeras), 1 tripé pequeno Vivitar (para câmeras), Adobe Premiere, Adobe After Effects, Cubase 5 (gravação e edição de áudio) e o aplicativo Android Prompter.

8. A ENTREVISTA

O termo “talk show” se popularizou no Brasil no final dos anos 1980 a partir da tradição televisiva norte-americana que o emprega para designar qualquer programa que utiliza a conversação como base estruturante. Programas de entrevistas, com ou sem a presença de uma plateia, e programas de debate se incluem nessa nomenclatura. (SILVA, 2009, p.01)

Um programa de entrevistas, para a internet, tem que ser dinâmico e breve, pois o espectador pode, facilmente, fechar o vídeo e partir para outra atividade. Diferente da televisão, em que a entrevista acontece de forma mais espontânea e corrida, dentro de um tempo pré-determinado, de maior duração, na internet, tudo tem que ser mais direto. Por isso, existem os cortes, aproveitando apenas o essencial.

Para diferenciar dos demais canais, no YouTube, voltados para o assunto, a ideia foi criar um foco, nas entrevistas. Como Brasília ainda é um pouco carente, no que diz respeito a cervejas especiais e artesanais, ele pensou nas entrevistas, como uma forma de divulgar os trabalhos dos cervejeiros independentes e demais profissionais, que atuam na área.

Como em outros estados, aqui em Brasília existe a Acerva Candanga, que é a Associação dos cervejeiros artesanais do Distrito Federal (<http://acervacandanga.com/>). Apesar a associação, segundo Kendi, os cervejeiros da capital do Brasil ainda são meio distantes, uns dos outros. As entrevistas foram pensadas, para promover uma aproximação, entre os cervejeiros brasileiros, mostrando um pouco do que cada um sabe e faz.

Não é necessário entrevistar nenhum grande profissional do mercado, mas entrevistar aquela pessoa que tem, como *hobbie*, produzir cervejas artesanais em casa e manda muito bem; um *sommelier* que está tentando se destacar no mercado ou aquele dono de estabelecimento especializado em artigos para cervejas. Esses personagens já compõem muito bem, o quadro de entrevistas.

Portanto, para a primeira entrevista do programa, Kendi convidou seu amigo, Tercius Murilo Quito, que foi uma das primeiras pessoas que ele teve contato, que realmente entendia de cervejas. Antes mesmo de Murilo aprender a fazer suas cervejas, ele já tinha um bom conhecimento sobre estilos, ingredientes, histórias e escolas cervejeiras. Kendi aprendeu muita coisa com Murilo e resolveu prestigiá-lo, divulgando seu trabalho no Canal da Cerveja.

Kendi foi recebido por Murilo, em sua casa, no dia 23/05/2015, em uma manhã de sábado. Com um filho recém-nascido e sua esposa ainda de licença maternidade, Tiago e Kendi puderam realizar a entrevista na sala do apartamento de Murilo, na Asa Norte.

As perguntas foram montadas em formato PPT, exibidas em um notebook, atrás do entrevistado, para que o entrevistador não desviasse o olhar, ao realizar as perguntas e que não perdesse o formato descontraído e informal de um *Talk-show*.

Durante a entrevista, degustaram uma cerveja, criação do entrevistado, que é do estilo *Imperial Stout*.

9. A BRASSAGEM

Brassagem converte os amidos liberados durante a fase de maltagem, em açúcares que podem ser fermentados. O grão moído é misturado com água quente num recipiente grande. Neste recipiente, o grão e a água são misturados em conjunto para criar um mosto de cereais. Durante a brassagem, as enzimas que existem naturalmente no malte convertem os amidos (carboidratos de cadeia longa) no grão em moléculas menores ou açúcares simples (mono-, di-, e tri-sacarídeos). Esta "conversão" é chamada de sacarificação. O resultado do processo de brassagem é um líquido rico em açúcar ou "mosto", que é então filtrada através da parte inferior do recipiente num processo conhecido como drenagem do mosto. Antes da drenagem, a temperatura do mosto pode ser aumentada até cerca de 75 graus centígrados (conhecido como um *mashout*) para desativar as enzimas. Água adicional pode ser liberada sobre os grãos para extrair os açúcares adicionais. (CERVEJA, 2015)

Apesar de ter ficado para o segundo episódio, a brassagem foi a primeira filmagem do canal. Ajustando as agendas de todos os envolvidos, a equipe conseguiu filmar a brassagem no dia 21/05/2015, quinta-feira, iniciando o trabalho ao final da manhã e concluindo apenas no início da noite, na casa de Marcelo Capella (parceiro de Kendi, nas produções de cervejas

artesanais), que fica no Jardim Botânico. Mais um amigo de Kendi, Ralf Louzada, compareceu no dia, para auxiliar em parte o processo.

É importante destacar que, apesar de a brassagem ser uma das etapas do processo de produção de uma cerveja, popularmente, os cervejeiros generalizam a nomenclatura, para simplificar a referencia ao processo completo.

Antes de a equipe iniciar a brassagem e as filmagens, foi necessário definir a posição dos equipamentos e melhor ângulo, para captação das imagens, sem que ficasse com um fundo desfavorável à composição das imagens.

Após isso, eles prepararam todo o equipamento e os insumos, para a brassagem (mencionados no roteiro do segundo episódio), juntamente com os equipamentos para as filmagens.

Durante o dia, fizeram todos os procedimentos nas panelas, aproveitando a luz do dia. O equipamento de iluminação deu controle da luz ideal, para as filmagens.

Ao final do dia, passaram a trabalhar sobre o balcão, com a iluminação mais direcionada, realizando transferência de recipiente, adição de fermento no mosto, fechamento do fermentador, envase e arrolhamento.

Como as filmagens da brassagem foram realizadas em um único dia, eles não puderam filmar o envase e arrolhamento reais, pois teriam que aguardar, mais ou menos, 20 dias, para essa etapa. Sendo assim, fizeram um procedimento falso, com uma mistura de água e iodo, simulando a cerveja, dentro do fermentador, apenas para mostrar como é o procedimento completo.

Como as explicações de todo o processo foram feitas em estúdio, não foi necessário captar áudio, durante as filmagens da brassagem.

10. O REVIEW

Análise crítica, também chamada de *Review*, trata-se de um estudo (uma avaliação) geral de um determinado setor, projeto, produto, serviço, processo ou informação com relação a requisitos pré-estabelecidos, tendo como objetivo a identificação de problemas, visando a solução dos mesmos. (ANÁLISE, 2015)

No dia 28/05/2015, uma quinta-feira à noite, Tiago e Kendi realizaram as filmagens do *review* da cerveja produzida durante as filmagens da brassagem. Na verdade, a ideia é que o *review* seja da mesma cerveja produzida, mas, pelo fato de a cerveja ainda não ter sido envasada, ainda estando no processo de fermentação, a cerveja utilizada foi de uma brassagem anterior, do mesmo estilo.

As filmagens do *review* foram realizadas no apartamento de Renato Cardoso Lima e Márcia Almeida, que fica em Samambaia Sul. Para um ambiente agradável e com balcão, o apartamento deles foi escolhido, por ter uma cozinha bem planejada e com um visual que possui uma boa composição.

O texto do *review* foi criado de forma que transmitisse a ideia de ser uma apresentação espontânea, até porque o *review* de uma cerveja é executado no momento da degustação, explanando todas as percepções da cerveja; mas para que nada saísse do planejado, como Kendi já havia degustado a mesma cerveja antes, compôs o texto do *review*, para ficar bem sintetizado.

O texto da fala foi exibido em *slides*, através de um notebook, sob o comando de Márcia Almeida, servindo de base, para que Kendi pudesse falar, procurando ser o mais espontâneo possível. Renato Cardoso ficou no comando da captação de áudio, controlando a entrada do áudio, do shotgun para o gravador, com um fone de ouvido, para monitorar o som sem interferências externas.

Foram levadas duas garrafas da cerveja, para que, ao longo do *review*, caso fosse tomando a cerveja, mas tivesse que refazer alguma coisa, não ficasse evidente a baixa da cerveja na garrafa e no copo, utilizando a segunda garrafa para preencher o volume. Também foi utilizado um copo de plástico para produzir mais espuma, sempre que a mesma baixasse, pelo tempo de exposição, até finalizar a degustação.

11. O ESTÚDIO

Tanto no **Brasil** quanto em **Portugal**, *estúdio* também se relaciona ao local para a realização de filmagens cinematográficas, gravações para televisão, produção de fotos ou mesmo gravações sonoras (rádio, música e afins). Assim pode-se falar em estúdio cinematográfico, estúdio de rádio ou de televisão. (ESTÚDIO, 2015)

As filmagens de estúdio foram realizadas na casa de Tiago dos Santos e Andreia Fonseca, que fica na Ceilândia. Lá, Tiago montou um estúdio com chroma key, para fazer as edições de plano de fundo e os computadores, utilizados para as edições.

Para as filmagens de estúdio, Hugo Sueyoshi compôs a equipe. Hugo e Tiago comandaram as câmeras. Andreia Fonseca auxiliou, no trabalho técnico, na entrega da garrafa e do copo, para a apresentação da cerveja, enquanto o Hugo Sueyoshi lançava um pedaço de madeira na direção de Kendi, simulando o abridor de garrafas, para que o mesmo não fosse danificado, durante as tentativas, até o resultado final, seguindo o roteiro.

12. A EDIÇÃO

A edição é o ordenamento das imagens gravadas na sequência em que o vídeo será apresentado, pois em função de se otimizar o fluxo de trabalho durante as gravações estas nem sempre são feitas na ordem correta, além disto uma mesma cena é gravada diversas vezes eventualmente em ângulos diferentes, o que torna obrigatória uma ordenação, ou montagem posterior. (EDIÇÃO, 2015)

Esta foi a parte mais trabalhosa. Principalmente, para editar a entrevista, pois a gravação durou mais de cinquenta minutos (desconsiderando erros e interrupções). Kendi fez muitas perguntas e as respostas foram bem longas. A entrevista precisava ser reduzida para, aproximadamente, dez minutos. Para isso, foi necessário cortar trechos das respostas e até mesmo algumas perguntas, para não extrapolar o tempo.

Das gravações de estúdio, o trabalho foi de selecionar os melhores *takes*, porque houve várias gravações, das mesmas frases, até que a qualidade da execução fosse satisfatória. Vários erros de texto e interpretação tornaram as gravações em estúdio bem longas e cansativas.

Outro desafio para Kendi, no estúdio, foi conseguir falar o texto, sem ler para o Prompter. Por conta disso, nas primeiras tentativas, ele ainda olhava muito para o lado, para ler o texto. Depois de algumas tentativas, já conseguia falar o texto sem ler. Editar as gravações em estúdio foi um trabalho de garimpagem, para achar as melhores gravações, de cada fala.

13. A CONCEPÇÃO DO LOGO

Logotipo é uma assinatura institucional, a representação gráfica de uma marca. Por isso ela geralmente está presente nas peças de uma empresa. Como toda a assinatura, o logotipo segue um padrão visual que o torna reconhecido. (LOGOTIPO, 2015)

Uma vez que o nome do programa foi definido, os roteiros escritos e as filmagens realizadas, a criação do logo ainda não havia sido realizada. Isso porque, enquanto o trabalho estava sendo executado, Kendi sempre estava observando os elementos que compunham o visual. Ele queria que o logo realmente tivesse relação com o programa e, não apenas, uma identidade visual que remetesse ao nome.

De início, havia a ideia em fazer uma conexão da cerveja com o canal do YouTube, sendo representado pela cerveja e pela TV. Seria, mais ou menos, o nome do programa, escrito em caixa alta, dividido em duas linhas. O nome seria preenchido pela cores amarela e branca, representando a cerveja e sua espuma e teria duas antenas saindo de cima. Outra ideia seria uma TV com o nome do programa escrito dentro da tela e espuma da cerveja saindo por cima, como se fosse um copo.

Por fim, essa ideia da TV e do líquido preenchendo a imagem seria muito clichê e a execução poderia não agradar. Sendo assim, buscou-se mais referências, como os canais do YouTube “Cervejando” e “Papo Cervejeiro” e uma arte, que a cervejaria Eisenbahn criou, para seu concurso de Mestre Cervejeiro.



Figura 01: Logo do canal do YouTube, Cervejando



Figura 02: Logo do canal do YouTube, Papo Cervejeiro



Figura 03: Folder do Concurso Mestre Cervejeiro, da cervejaria Eisenbahn

Então, a ideia do logo foi definida da seguinte maneira: Um círculo, representando uma “bolacha” (apoio para copos e garrafas). O nome do programa escrito na metade superior do círculo, em fonte tipográfica “Six Caps”. Na metade inferior, ao centro, a silhueta de uma garrafa com flores de lúpulo e ramos de cevada caindo para cada lado.



Figura 04: Logo do Canal da Cerveja

14. A VINHETA

A vinheta tem várias funções e recebe denominação própria: ‘vinheta de abertura e de encerramento’, ‘vinheta de identidade’, ‘vinheta de chamada’, ‘vinhetas de passagem’, etc. Uma definição aceitável de vinheta pode ser: peça de curta metragem, constituída de algum tipo de signo ou representação, composta de elementos imagéticos, sonoros e mensagem de expressão verbal, usada com fim informativo, decorativo, ilustrativo, de remate, de chamada, de passagem, de identificação institucional e de organização do espaço televisivo, etc. As vinhetas aparecem nos espaços interprogramas e breaks, na abertura e no encerramento de produção e das seções, muitas vezes fazendo parte da própria produção dos programas. As imagens das vinhetas trazem consigo, quase sempre, um signo de identificação, seja a marca, o logotipo, a logomarca, um efeito sonoro ou um slogan da emissora e são elaboradas pela arte dos *videographics*, que é uma forma de arte eletrônica produzida pelo processo gráfico, artístico e tecnológico e que tem como suporte o vídeo. (BARBOSA, 2007, p. 01)

Foram pesquisados vários modelos de vinhetas, em sites especializados, como o Editors Depot (<http://editorsdepot.com/>). Utilizando uma base de animação, disponibilizada no site de animações e cores que fazem referência à cerveja, a vinheta começou a tomar forma.

O fundo de madeira faz referência a uma mesa de bar, elemento muito utilizado em diversos sites e vídeos que abordam o assunto. As cores que traçam a tela foram baseadas em uma escala de cores de cerveja, disponibilizada no site Pinterest (<https://www.pinterest.com>).



Figura 05: The Colors of Beer

Na vinheta, além do logo do canal, informações sobre o conteúdo do programa também se fazem presentes. Os movimentos dos elementos gráficos surgem em sincronia com o ritmo da trilha.

15. A TRILHA E BGM

Logo de início, nas aberturas dos filmes, costuma-se encontrar manifestações desse caráter épico da trilha musical. De um modo genérico, todos os créditos iniciais têm por objetivo direcionar a atenção do espectador para o início da narrativa. Eles são o espaço reservado ao narrador para a sua preleção inicial. É como se todos eles nos dissessem: “preste atenção, o filme começou. Você vai assistir a uma estória chamada... Interpretada por... escrita por... Com música de... Dirigida por...” - Além disso, a abertura já informa, em grande parte, o que o público pode esperar do filme, se se trata de uma comédia, de ficção científica ou de mistério. A abertura costuma também conter dados de estilo, tais como ritmo, ambientação, enfoque, entre outros. Todas essas informações são passadas em conjunto, pelas imagens (inclusive o tipo de letra usado nos créditos) e, especialmente, pela música. (CARRASCO, s/d, p. 80)

A trilha sonora deste trabalho foi pensada sob a observância das preferências musicais do público que tem se interessado pelo assunto. Nas pesquisas, nada relacionado ao assunto foi encontrado, mas observando as pessoas que despertam interesse por cervejas de melhor qualidade e investem em cervejas especiais, é seguro dizer que a maioria gosta de músicas mais cult, rock, mpb e gêneros similares. Essa observação se confirma ainda mais, pelas cervejarias que criam versões com nomes de bandas de rock, tais como a Tropper, produzida pelo próprio vocalista da banda *Iron Maiden*, a cerveja alemã, que traz o nome da banda AC/DC e várias cervejarias que homenageiam bandas nacionais, como a cervejaria Colorado e sua versão da banda Titãs e a cervejaria Bamberg, com sua versão da banda Raimundos. Por conta disso, Kendi, seguindo seu apreço pelos estilos musicais citados, optou por seguir uma linha musical mais embalada, influenciada pelo rock e suas vertentes. Assim, a trilha foi trabalhada, em sincronia com os elementos gráficos da vinheta, conduzindo o espectador a se familiarizar com o conteúdo do programa.

A música dos créditos iniciais exerce várias funções simultaneamente. A primeira delas é a de dirigir a atenção do espectador para o ponto inicial da narrativa e, eventualmente, para alguma informação em especial que se queira destacar nos créditos iniciais. (CARRASCO, s/d, p. 80)

A música de fundo refere-se a vários estilos de música ou sons destinados principalmente para ser passivamente ouvidas. Ele não se destina a ser o foco principal de uma audiência, mas sim para complementar o que é feito para ser focalizado em cima. Música que é tocada em um volume baixo e não é o foco principal de uma audiência é também referido como música de fundo (...). Também é comum para empregar música de fundo em vários meios de comunicação electrónicos, incluindo cinema, televisão e Internet vídeos tais como blogs de vídeo. (BACKGROUND, 2015)

A BGM (*Background Music*, ou Música de Fundo), surge em dois momentos: na narrativa do apresentador, para as gravações de estúdio, em que são apresentados os temas e para as gravações externas, quando existe um momento de passagem temporal, sem um diálogo ou narrativa utilizada para a cena. Para as cenas de estúdio, a BGM acompanhará a narrativa, portanto, ela não poderá se destacar mais do que a voz do apresentador, tanto no volume sonoro da música, quando em seu arranjo. Já nas cenas externas, preenchendo alguma cena sem narrativa ou diálogo, a música tem um papel mais importante, que é o de preencher o espaço sonoro vazio, portanto, ela poderá ter um arranjo mais rico e mais destacado, no volume sonoro.

O grau de interferência da música instrumental na narrativa varia num espectro muito mais amplo do que o da canção. A linguagem musical pura, sem a coexistência do texto poético permite uma flexibilidade muito maior em seu uso (...). A música tem o poder de penetrar no universo da narrativa e coexistir com a ação, sem que isto seja prejudicial à clareza e inteligibilidade dessa ação. A extrema flexibilidade da linguagem musical também permite que essa penetração no universo narrativo se dê em uma gama muito variada (...). Sua duração, andamento e atividade rítmica podem ser a duração e o ritmo de um plano, da sucessão de planos, de uma sequência ou de um único gesto. Ela pode ocupar o espaço sonoro vazio entre as várias falas de um diálogo, ou ainda servir apenas como uma textura sonora que permeia uma determinada passagem do filme sem que sequer nos apercebamos de sua existência. (CARRASCO, s/d, p. 87)

CONCLUSÃO

Buscar informações, conhecer a fundo o assunto e produzir material para outros interessados no tema é um desafio novo e exigente, pois se precisa de muita dedicação e disposição, afinal, vários problemas vão surgindo, ao longo do caminho. Escrever, filmar e editar esses filmes foi uma maratona intensa de trabalho em equipe. Também houve muito aprendizado, cometendo erros e corrigindo, para obter o melhor material. Isso torna o profissional ainda mais preparado, para continuar e fazer melhor, depois ainda melhor, até atingir o verdadeiro objetivo qualitativo. Mas tudo se torna mais agradável, quando se trabalha com o assunto que realmente desperta interesse ao executor do trabalho.

Apesar de a cultura cervejeira existir a milhares de anos, o brasileiro demorou a entendê-la de verdade e conhecer o que está além das cervejas comerciais populares. No entanto, o brasileiro aprende rápido e essa cultura está se difundindo rapidamente. Esta é uma ótima oportunidade, pois entrar em um segmento que está dando seus primeiros passos pode ser uma oportunidade para profissionais se tornarem pioneiros e referências, no futuro.

Já existe muito conteúdo, na internet, relacionado ao assunto, de diversas formas de abordagem e as informações se atualizam em uma velocidade cada vez mais alta. Pegar o ritmo e aproveitar o momento, em plena ascensão, ainda que no início, dará a oportunidade de aprender, formar opiniões e se preparar para o momento em que surgir o “grande boom” no segmento de cervejas especiais.

A criatividade na produção de cervejas artesanais não tem limites. Ela só vai depender do critério de combinação de ingredientes, conhecimento para tal feito e da disposição do público em experimentar novas criações e é isso que tem acontecido, principalmente no Brasil. A criatividade para inserir ingredientes nativos de nossas terras tem dado, às cervejarias brasileiras, grande destaque nos concursos, Brasil afora. Como consequência, cada dia que passa, surgem mais microcervejarias brasileiras nos mercados, ajudando a popularizar a cultura cervejeira e a trazer mais marcas estrangeiras para os copos dos brasileiros.

A esperança de que essa cultura se torne mais popular e acessível cria uma motivação a mais, para investir no tema e contribuir para que isso se torne possível.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANÁLISE CRÍTICA, Wikipedia. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lise_cr%C3%ADtica>. Acesso em 10 jun. 2015.

BACKGROUND Music. Wikipedia (original, em inglês). Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Background_music>. Acesso em 11 jun 2015.

BARBOSA, Alexandre. Linguagem Radiofônica – Aula 8. Disponível em: <http://www.latinoamericano.jor.br/aulas/linguagem_radio/Aula%208.pdf>. Acesso em 10 jun. 2015.

CARRASCO, Ney. Trilha Musical. Música e Articulação Fílmica. Disponível em: <http://webensino.unicamp.br/disciplinas/MU871-220116/apoio/4/Trilha_Musical_TESE_NEY.pdf>. Acesso em 11 jun. 2015.

CERVEJA. Wikipedia. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Cerveja>>. Acesso em: 09 jun. 2015.

EDIÇÃO DE VÍDEO. Wikipedia. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Edi%C3%A7%C3%A3o_de_v%C3%ADdeo>. Acesso em 10 jun. 2015

ESTÚDIO. Wikipedia. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Est%C3%ADio>>. Acesso em 10 jun. 2015.

LOGOTIPO. Wikipedia. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Logotipo>>. Acesso em 10 jun. 2015.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão. s/d Disponível em: <http://www.researchgate.net/profile/Raquel_Recuero2/publication/267789183_Red_Sociais_na_Internet_Difuso_de_Informao_e_Jornalismo_Elementos_para_discusso/links/00b7d52b16abba517b000000.pdf> Acesso em 06 jun. 2015.

RECUERO, Raquel. Considerações sobre a Difusão de Informações em Redes Sociais na Internet. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul – Passo Fundo – RS, 2007.

ROTEIRO. Wikipedia. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Roteiro>>. Acesso em 09/jun. 2015.

SILVA, Andressa Einloft; COLPO, Elisângela; OLIVEIRA, Viviani Ruffo; HERBST JUNIOR, Cláudio Germano; HECKTHEUER, Luisa Helena Rychcki; REICHERT,

Fernanda Simone. Elaboração de cerveja com diferentes teores alcoólicos através de processo artesanal. Araraquara/SP, Alim. Nutr. 2009. Disponível Em <Http://Serv-Bib.Fcfar.Unesp.Br/Seer/Index.Php/Alimentos/Article/View/1129/832>. Acesso em 06 jun. 2015.

SILVA, Fernanda Maurício. Talk-Show: um gênero televisivo entre o jornalismo e o entretenimento. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/289/315>. Acesso em 10 jun. 2015.

VEIGA, Elba Guimarães; TAVARES, Tatiana Aires. Um Modelo de Processo para o Desenvolvimento de Programas para TV Digital e Interativa baseado em Metodologias Ágeis. Disponível em: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Um%20Modelo%20de%20Processo%20para%20o%20Desenvolvimento%20de%20Programas%20para%20TV%20Digital%20e%20Interativa%20baseado%20em%20Metodologias%20Ageis.pdf>. Acesso em 06 jun. 2015.

ANEXO A - Texto inicial e perguntas da entrevista

E para dar início às nossas entrevistas, aqui, no Canal da Cerveja, tenho a satisfação de conversar com ele, que é Engenheiro Eletricista e cervejeiro entusiasta, Tercius Murilo Quito.

Murilo, muito obrigado por nos receber hoje!

Nos conhecemos há alguns anos, já, e, desde então, você já tinha uma grande experiência, mesmo antes de começar a produzir suas próprias cervejas.

Como eu também já conhecia um pouco e tinha experimentado muitas cervejas, já, trocamos muitas ideias e acabamos contaminando o restante do grupo.

Conseqüentemente, surgiram as cervejadas, onde cada um levava algumas cervejas especiais e a gente juntava tudo, para uma degustação bem diversificada.

Mas, quando você começou a se interessar por cervejas especiais?

E como você descobriu as cervejas especiais? Qual foi a primeira, que chamou sua atenção?

Dentre as cervejas que você já experimentou, qual o estilo que mais lhe agrada?

Quando você começou a fazer cerveja artesanal?

Como foi? Você fez algum curso?

Por que você começou a fazer cerveja?

E você tem alguma criação sua aí?

Podemos experimentar?

Qual foi a primeira cerveja que você fez?

Como ela ficou?

Você já teve problema com alguma cerveja?

O que você fez?

Quais estilos você já fez?

Quantas Brassagens você tem, no seu histórico?

Você já criou alguma receita diferente?

Qual foi a melhor cerveja, que você já fez, até hoje?

E qual foi a mais trabalhosa?

Tem alguma, que você não faria de novo?

Que tipo de equipamento você utiliza?

Qual foi seu primeiro equipamento?

Como é o equipamento ideal, que você almeja para os próximos investimentos?

Você ainda pesquisa muito, sobre o assunto?

E quais dicas, você deixa para quem está iniciando ou, até mesmo, para aquele cervejeiro cabeça-dura?

ANEXO B - Texto da locução da Brassagem:

A cerveja é composta, basicamente, de água, malte, lúpulo e levedura.

Dependendo do estilo da cerveja, a receita também poderá conter algumas especiarias.

Hoje, nós mostraremos como se faz uma American Pale Ale. Para esta receita, serão utilizados os maltes Pale Ale e Melanoidina, lúpulos Magnum, Cascade e Sorachi Ace e fermento seco US 04.

Seu processo de produção é composto de 4 etapas: brassagem, resfriamento, fermentação e envase

Antes de iniciar o trabalho, todo o material deve ser higienizado e sanitizado com iodo, álcool 70% ou ácido peracético.

Para a mostura, os maltes moídos são despejados na panela com metade da água indicada, pré-aquecida a 65° e devem ser mexidos constantemente, por cerca de 90 minutos.

Durante o tempo de cozimento, a alta temperatura irá ativar as enzimas e converter o amido do malte em açúcares.

Após os 90 minutos, deve ser feito o teste do iodo. Se a amostra estiver mais escura que o iodo, é porque ainda há presença de amido e será necessário continuar com o processo.

Quando a amostra apresentar a mesma tonalidade do iodo, a temperatura será elevada a 75° por mais 10 minutos, para desativar as enzimas. Este é o mashout.

Em seguida é feita a recirculação. O mostro é retirado pela torneira e despejado novamente na panela, com cuidado para não movimentar os grãos. Assim será formada a cama de grãos. Este processo é repetido até que o líquido esteja bem filtrado.

Após a recirculação, o mostro é transferido para outra panela e a outra metade da água, já pré-aquecida a 70° é despejada com cuidado, para fazer a lavagem dos grãos.

No processo de fervura, são acrescentados os lúpulos, em etapas e quantidades diferentes.

Para que o mosto seja resfriado de maneira mais rápida, será utilizado um chiller de imersão, que conduzirá água fria no mosto.

Quando atingir 25°, o mosto será transferido para o fermentador, que deve estar bem sanitizado. Se houver contaminação, poderá gerar off flavors, que são aromas e sabores indesejados.

O fermento deve ser adicionado em temperatura próxima à do mosto, pois as leveduras são muito sensíveis e o choque térmico as afetará, prejudicando a fermentação.

Para calcular o teor alcoólico, uma amostra será utilizada, para medir o Original Gravity. 1059.

Agora é só fechar o fermentador e colocar o Airlock, que evita pressão do CO₂ dentro do fermentador, além de impedir a entrada de ar externo e bactérias, que possam contaminar a cerveja.

A fermentação levará 7 dias, à temperatura de 20°.

Na sequência, a temperatura será reduzida em 2° por dia, até chegar aos 2°, no processo de maturação.

Após o período de maturação, mais uma amostra será extraída, para a medição do Final Gravity. 1017.

Com um cálculo feito com o OG e do FG, tem-se o resultado aproximado do álcool por volume, que é de 5,5%.

Como o CO₂ produzido pelas leveduras no fermentador não foi retido, é preciso que elas produzam mais CO₂ nas garrafas. Para isso, é adicionado açúcar, a uma proporção de 6gr por litro, Esse é o priming.

Com as garrafas muito bem sanitizadas, utiliza-se o tubo de enchimento 3/8 para transferir a cerveja, com cuidado para não aerar.

As tampinhas também devem estar muito bem sanitizadas.

Deve-se tomar cuidado, para não transferir a lama, que fica acumulada no fundo do fermentador.

Essa refermentação na garrafa levará, mais ou menos, 10 dias, para carbonatar a cerveja.

Para obter um melhor resultado, é recomendável deixar a cerveja maturando por mais tempo, na garrafa.

As garrafas devem ser armazenadas em ambiente fresco e ao abrigo da luz, para que a cerveja não seja prejudicada. O

espectro de luz ultra-violeta tem a capacidade de quebrar certas moléculas do lúpulo e isso afeta o resultado final da cerveja.

Por isso, é recomendável que se utilize garrafas de cor âmbar, pois elas têm mais proteção contra a luz

ANEXO C - Texto do review:

(o texto serviu, apenas, como base, para lembrar das informações que seriam transmitidas, sem a intenção de gravar a locução, na íntegra do texto).

Existe uma lenda, em que, no século VXIII, quando a Inglaterra colonizava a Índia, os ingleses tentavam levar as cervejas do estilo Pale Ale.

O problema é que as Pale Ale não resistiam às longas viagens, que duravam 4, 5 meses e chegavam na Índia azedas.

A solução encontrada, foi adicionar mais lúpulo, que servia como conservante natural e mais açúcar nos barris, para o processo de fermentação durar mais tempo, evitando contaminações nas cervejas.

Como resultado, surgiram as India Pale Ale, ou IPAs.

Os estadunidenses resgataram esse estilo e deram seu toque especial.

Como os lúpulos norte-americanos são mais agressivos, as IPAs ficaram mais potentes, surgindo, assim, as American Pale Ale, ou APAs.

E cá estamos, com uma versão artesanal da APA, a qual vocês puderam acompanhar todo o seu processo.

Famoso nos butecos, este tipo de abridor é bem simples e é muito bom, para abrir a garrafa, sem danificar a tampinha. Excelente, para quem gosta de colecioná-las.

Como esta é uma cerveja artesanal e adicionamos açúcar, na hora de engarrafar, para as leveduras produzirem mais CO₂, então elas podem ficar bastante carbonatadas e, conseqüentemente, produzir muito creme, o que não é nada mal.

Coloração acobreada, translúcida, com um creme bem denso e de longa duração.

No aroma, podemos notar a forte presença de lúpulo, um pouco do malte.

No sabor, já notamos o lúpulo logo de início. Nesta cerveja, lúpulo é aquele cara que chega esbarrando, derrubando tudo, empurrando a galera e furando fila! Só que, nesse caso, é muito bom!

Ela tem 62 IBU, que é a medida que serve para averiguar o amargor.

Também notamos o malte. É uma cerveja com corpo leve, frutada.

Bem equilibrada, apesar do lúpulo, que vem com tudo.

Mas essa é a proposta de uma APA e conseguimos honrar o estilo!