

A cachaça como patrimônio: turismo cultura e sabor

Cachaça as historical heritage: tourism, culture and flavor

Marcus Vinicius Fernandes Braga

Bacharel em Turismo pela Universidade Federal da Paraíba - UFPB, João Pessoa/PB, Brasil
E-mail: marcusvinifb@gmail.com

Ilana Barreto Kiyotani

Professora do Departamento de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal da Paraíba – UFPB, João Pessoa/PB, Brasil.
E-mail: ilana.kiyotani2@gmail.com

Artigo recebido em: 20-08-2015
Artigo aprovado em: 07-12-2015

RESUMO

A Cachaça é uma bebida originalmente brasileira, descoberta de forma acidental logo nas primeiras décadas da história do país. Enfrentou o preconceito das elites e a proibição de sua fabricação. Todavia como uma legítima representante popular brasileira resistiu bravamente aos entraves impostos a sua existência, alcançou os paladares mais exigentes e se popularizou no país, se consolidando também pelo mundo, como o destilado de cana-de-açúcar do Brasil. Chamada de Pinga, branquinha, amansa corno, água santa, entre outros nomes, foi utilizada como remédio fortificante, moeda de troca, além de ter sido um símbolo de patriotismo, de luta e de resistência, incentivou as artes, aguçou e ainda aguça a criatividade do povo. Um produto nacional de muitas histórias e valor cultural, democrática desde suas raízes, uma legítima representante nacional, um patrimônio histórico, cultural e imaterial, que apresenta muitas potencialidades ainda a ser descobertas, como sua utilização na gastronomia, seja nos preparos mais populares ou sofisticados e a exploração de sua história e dos espaços de produção, assim como, na preservação de suas memórias, como atrativo para a prática do turismo cultural e outras modalidades do turismo em paralelo.

Palavras-chave: Cachaça. Patrimônio. Turismo Cultural.

ABSTRACT

Cachaça is a originally Brazilian drink, discovered accidentally in the first few decades of colonization. It did faced prejudice of the elites and the prohibition of manufacture. However as a legitimate Brazilian representative popular, bravely resisted the barriers imposed its existence, achieved the most demanding palates and became popular in the country, consolidating also on the world as the distillate of sugarcane from Brazil. Call *Pinga*, “bright white”, “tames horn”, “holy water”, among other names, was used as a tonic medicine, currency exchange, and has been a symbol of patriotism, of struggle and resistance, encouraged the arts, sharpened and also sharpens creativity of the people. A national product of many stories and culture, democratic value from its roots, a legitimate national representative, a historic, cultural and intangible heritage, which has many potential still to be discovered, as its use in food, is the most popular and sophisticated preparations and the exploration of its history and production spaces as well as in preserving their memories, as attractive for the practice of cultural tourism and other forms of tourism in parallel.

Keywords: Cachaça. Heritage. Cultural Tourism.

1. INTRODUÇÃO

No início da história do Brasil, quando havia vidas escravizadas e os colonizadores detinham o poder sobre os nativos e negros trazidos da África, o cultivo de cana-de-açúcar, no séc. XVI começava a ter o seu valor de exploração: utilizada para a fabricação do açúcar e introduzida na Colônia Portuguesa como uma alternativa ideal de cultivo, devido ao grande potencial das terras aqui encontradas. Foi neste cenário de construção e consolidação da colônia, que a cana foi aqui plantada para a produção do açúcar, produto muito valorizado no período. Porém, é também desta matéria-prima que surgiu uma bebida que aos poucos foi mudando o cenário do país.

A cachaça perpassou, ao longo de sua descoberta e história, pelas diversas classes sociais da população brasileira. Inicialmente apreciada apenas por negros, aos poucos foi ganhando espaço e se popularizando. Passar a ser conhecida por sua história e todos os aspectos culturais, econômicos e sociais que a circunda, quebrando pré-conceitos e paradigmas, ainda é um desafio para essa bebida nacional.

A utilização da cachaça pelo turismo pode permitir um acréscimo de conhecimento cultural e histórico do Brasil, uma experiência gastronômica, além da degustação da bebida pura ou em coquetéis, em ambientes relacionados ao setor de Alimentos e Bebidas (A & B), ou em espaços temáticos e planejados de visitação no próprio engenho produtor, fornecendo uma nova alternativa de renda e emprego.

Dentro destes fatores, essa bebida originalmente brasileira pode-se tornar uma legítima representante nacional da cultura, história, identidade, da culinária e da hospitalidade do Brasil. Um produto com inúmeros requisitos para o desenvolvimento do turismo. Neste trabalho toma-se por objetivo discutir a cachaça como valor patrimonial brasileiro, incitando-a como produto turístico paraibano, através de sua história e da construção de um mapeamento, justificada pela importância da preservação da sua história e de sua valorização, podendo ser um produto de identificação do país, por suas contribuições a história do país. Busca-se debater ainda como tornar este produto, tão rico socioculturalmente, valorizado no Brasil e um atrativo turístico histórico e cultural consolidado na Paraíba?

2. TURISMO: CULTURA, HISTÓRIA, PATRIMÔNIO

A atividade turística presente na sociedade contemporânea possibilita uma interação entre as múltiplas culturas existentes no mundo. O turismo hoje é uma atividade globalizada, que quebra fronteiras e aproxima os indivíduos, podendo contribuir com o desenvolvimento econômico e social de um determinado local receptor, desde que esta seja elaborado de forma planejada e com a participação de todos os agentes envolvidos. Brasileiro (2012, p. 90) destaca ainda que: “é na diversidade, no valor do local, que estão às bases para pensar o turismo contemporâneo, principalmente nos lugares que não viveram o processo de turistificação da modernidade”.

O turismo cultural por sua vez é uma prática comum a outras modalidades turísticas, tem ligação direta com o patrimônio material e imaterial dos lugares, valoriza o estilo de vida do residente e seus costumes, destaca a importância da preservação dos atrativos, um formato de turismo que agrega valor não apenas às belezas naturais, mas ao conjunto das informações construídas ao longo do tempo, onde a memória contida nos atrativos possui grande importância e é o potencial a ser explorado nesta modalidade de prática turística.

O Ministério do Turismo (2006) define turismo cultural como: a modalidade turística que compreende as atividades relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.

Em um contexto geral, o turismo cultural trabalha com a preservação e o resgate histórico de todo o legado cultural de um determinado destino, não apenas o patrimônio material, que por sua vez, trata-se do local onde, majoritariamente, realiza-se a atividade e dos bens tangíveis que nele se encontram, mas também do imaterial, que pode ser compreendido como o conjunto dos bens intangíveis que identificam um determinado povo, como as festas, histórias de manifestações, sotaques, modo de vida, culinária, produtos específicos do local, entre outros.

O turismo cultural trabalha diretamente com o patrimônio e estes estão entrelaçados junto às organizações sociais, ao conhecimento dos indivíduos e seus costumes e tradições, através da troca entre estes alcançadas através do contato e da vivência. Isso é evidenciado a partir dos conceitos de cultura, propostos também por Quintas (2007 p. 43) quando explana que: “a cultura contém o princípio da universalidade – onde há agrupamento humano sua presença se instala”.

Ao intitular-se patrimônio cultural imaterial pode-se apontar que esta modalidade inclui aspectos que fazem parte do legado histórico de um povo. Tais aspectos, de fato, podem ser: hábitos, tradições, crenças, modos de vida, etc., reconhecidos como comuns aos indivíduos em dada sociedade, onde estes os compartilhem um sentimento de pertencimento. É a partir desta conservação do patrimônio, seja ele material ou imaterial, que o turismo cultural pode se beneficiar e se desenvolver. Dentro do contexto da preservação do que é imaterial, ao qual a cachaça pode ser inserida, é possível compreendê-la não apenas como um produto de fabricação brasileira, mas identificar todas as contribuições culturais e patrimoniais as quais a mesma está envolvida no país, sob uma perspectiva econômica, social e cultural.

Desde o ano de 2005 a cachaça é reconhecida como um produto exclusivo do Brasil, porém como patrimônio cultural nacional ainda não foi reconhecida, apenas em âmbitos mais regionais. Alguns exemplos de seus títulos são: é reconhecida como patrimônio cultural imaterial do município de Salinas, desde 10 de julho de 2006¹; no Rio de Janeiro a bebida é reconhecida como Patrimônio Histórico e Cultural do Estado do Rio de Janeiro por Lei Estadual aprovada em 06/07/2012²; em Minas Gerais a Cachaça de Alambique é reconhecida como Patrimônio Histórico e Cultural do Estado desde janeiro de 2007³; e em outubro de 2008, a cachaça se tornou um Patrimônio Cultural e imaterial do Estado de Pernambuco⁴.

Existe atualmente um projeto em tramitação de reconhecimento da bebida como um patrimônio cultural e gastronômico no Estado da Paraíba, proposta esta, de iniciativa da Universidade Federal da Paraíba, desde o dia 04/12/2014 onde foi realizado o I Simpósio de Tecnologia e Gastronomia da Cachaça.

¹ Informação sobre o reconhecimento da cachaça como patrimônio cultural imaterial de Salinas, recuperada de <http://www.camara.gov.br/sileg/integras/416642.pdf>, em 23/02/2015.

² Informações sobre o reconhecimento da cachaça como Patrimônio Histórico e Cultural do Rio de Janeiro, recuperada de <http://gov-rj.jusbrasil.com.br/legislacao/1032514/lei-6291-12>, em 24/02/2015.

³ Informações sobre o reconhecimento da cachaça de alambique como patrimônio de Minas Gerais recuperada de <https://viagensinesqueciveis.wordpress.com/2010/09/21/patrimonio-de-minas-a-cachaca-artesanal-tem-roteiro-proprio-em-belo-horizonte/>, em 24/02/2015.

⁴ Informações sobre a cachaça como patrimônio de Pernambuco, recuperada de <http://www.ibraccachacas.org/index.php/component/content/article?catid=3:noticias&id=98:cachaca-vira-patrimonio-imaterial-de-pernambuco>, em 24/02/2015.

3. CACHAÇA: HISTÓRIA, CARACTERÍSTICAS E USOS

A cachaça historicamente é uma bebida que muito se identifica com o desenvolvimento do país de sua origem. Com um começo marginalizado, o produto oriundo da cana-de-açúcar passou por um longo processo de segregação social, que o acompanhou por muito tempo, mas que hoje tem mudado aos poucos.

Apesar das várias versões sobre a origem da cachaça brasileira, o certo é que a sua história no Brasil, tendo como principais protagonistas a cana-de-açúcar, o escravo africano e o imigrante português, que, juntos, numa terra de índios, criaram a bebida que mais simboliza o espírito descontraído dos brasileiros. (Silva, 2006, p. 27)

A sua descoberta acredita-se ter ocorrido logo nas primeiras décadas após a colonização do Brasil pelos portugueses, com a introdução da produção de cana-de-açúcar nesse território. Havia neste período duas realidades bem distintas no país: os senhores de engenho, como a parte mais elitizada no contexto econômico, e a mão de obra escrava, representando a porção pobre da sociedade, onde as diferenças sociais já se instalavam de forma acentuada no país.

Novo (2011) conta que do rejeito de um subproduto, resultante da fervura da garapa para a produção do açúcar, surgia uma espuma que não tinha mais serventia e era retirado, formando uma espuma densa, chamada de *cagaça*, que era misturada em um caldeirão no fogo e, após longas mexidas, tudo se transformava em um melado de consistência cremosa,

A partir da fermentação deste líquido e de sua nova inserção ao fogo, surgiu a cachaça, pois o conteúdo em elevadas temperaturas evaporou e entrando em contato com uma superfície mais fria, retornou ao estado inicial, já como Bebida alcoólica.

A disseminação da bebida, vinda da cana-de-açúcar, passou por inúmeras ameaças em seu processo de popularização. Isso porque, à medida que ela tomava espaço e conquistava paladares, fazia concorrência direta com outra bebida chamada de bagaceira, que Figueiredo (2011 p. 29) caracteriza como sendo “um destilado consumido pelos portugueses e produzido a partir do bagaço fermentado da uva”. A cachaça brasileira estava substituindo a bebida vinda da metrópole, o que significava redução nos lucros da Coroa, logo a cachaça havia de ser combatida, pois era sinal de prejuízo à economia de Portugal. A segregação da bebida na sociedade era clara e a perseguição a sua popularização era expressiva, sendo cobrados impostos altos e abusivos por sua fabricação e consumo, na tentativa de atrapalhar o aumento da produção.

Décadas depois, com a queda do apogeu do açúcar e a descoberta de ouro e pedras preciosas na região das Minas Gerais, iniciou-se um processo de interiorização do Brasil e a cachaça o acompanhou, pois era bem apreciada pelos garimpeiros para amenizar o frio da região. A expansão da cachaça para o interior do Brasil se deu principalmente nos caminhos da Estrada Real, inicialmente com o Caminho Velho, percurso que ia desde Paraty/RJ até a cidade de Diamantina/MG, e depois pelo Caminho Novo, que ligava à cidade do Rio de Janeiro/RJ; rotas estas utilizadas no escoamento dos metais preciosos para serem levados a Portugal.

A partir desta valorização da cachaça, como uma bebida apreciada nos garimpos, houve uma multiplicação de engenhos e alambiques na região, principalmente na cidade de Paraty, que segundo Silva (2006, p. 30) chegou a “ser sinônimo de cachaça”, destacando-se também a qualidade de sua produção.

Ao longo dos anos a cachaça esteve presente em vários episódios da história do país. Em 1772, com a expulsão dos Jesuítas do Brasil, pelo Marquês de Pombal, a educação ficou por conta de professores não religiosos, onde para manter esta nova força de trabalho foi criado um tributo cobrado sobre a carne, o vinho, o vinagre e a aguardente de cana. Assim, pode-se perceber a importância econômica e social que a cachaça exercia no período, contribuindo até para a educação no país.

A cachaça caminhou em paralelo com os movimentos de independência do Brasil, além de fazer parte de outros momentos. Porém nem tudo se encaminhava perfeitamente, da mesma forma que a bebida adentrou rapidamente às várias classes sociais, foi protagonista em alguns problemas causados à sociedade, principalmente no período pós-independência, entre estes o alcoolismo.

Inúmeros são os momentos históricos pelos quais transitou a descoberta e ascensão da cachaça. Além de ser marca cultural do povo brasileiro, o produto encontra na culinária e até na alta gastronomia um uso que congrega paladar e tradição.

Sendo uma bebida oficialmente brasileira, existem vários métodos e normas que regulamentam a sua produção. Dividindo-se em duas classificações: “cachaça industrializada” é aquela onde o tipo de alambique mais apropriado é o de Coluna, uma estrutura de aço inox, de dimensões e capacidade de produção de grande escala; e a “cachaça de Alambique”, que é feita em alambiques de cobre e consiste numa produção que se assemelha a um processo

artesanal e a preocupação com a qualidade final do produto é mais presente que no sistema de produção em grande escala.

Esta preocupação no processo de produção torna a cachaça artesanal, um produto com uma melhor elaboração e qualidades sensoriais mais diversificadas, devido a sua preparação ser mais minuciosa e rigorosa, além da quantidade limitada, que permite uma maior atenção no decorrer de cada etapa. Fatores estes que agregam valor ao produto final.

Um fator importante na produção de uma bebida de qualidade é a escolha de um a boa madeira para o envelhecimento ou descanso. O Brasil possui uma variedade de espécies propícias ao envelhecimento, entre estas, encontram-se madeiras diversa, que emprestam ao produto final, características individuais, entre essas as principais são: o amendoim, o Jequitibá, o Carvalho, o Bálsamo, a Amburana, o Freijó, o Ipê.

O fato é que no universo das mais variadas modalidades de cachaça existem características passíveis de agradar a todos os paladares, algumas mais suaves e de coloração mais harmônicas, outras com “maior personalidade”, dito sobre aquelas com aromas e sabores mais profundos e expressivos. É uma bebida com uma diversidade que contempla as exigências dos vários estilos e culturas dos consumidores em potencial e dos amantes da caninha brasileira.

Pouco se conhece das possibilidades de utilização da cachaça em A & B, talvez por seu passado de pouca valorização, ou pelo desinteresse dos brasileiros em explorar o que é típico do Brasil em sua culinária, fato que ocorre não apenas com a bebida, mas também com outros itens nacionais. Em uma pesquisa realizada pela antropóloga Livia Barbosa ficou revelado que pouquíssimos itens regionais são inclusos nas dietas do brasileiro (Figueiredo, 2011), fato que pode ser observado nas grandes e médias cidades brasileiras, onde é mais fácil encontrar estabelecimentos que fornecem comidas e bebidas típicas de outras culturas e outros países, do que itens nacionais e pertencentes à cultura local.⁵

Porém este cenário tem passado por transformação e aos poucos a cachaça tem conquistado o seu espaço privilegiado no cenário das boas bebidas, principalmente no território nacional com o surgimento de alguns estabelecimentos onde a bebida e produtos locais fazem parte dos ingredientes de seus pratos e das opções de pedidos.

⁵ Observação pessoal, sobre a forte presença de empresas de *fastfood* americanas, grandes cervejarias, entre outras, que se multiplicam de forma acelerada nas cidades brasileiras.

3.1. A Atual Economia da Cachaça

A cachaça é uma bebida em processo de valorização enquanto produto de destaque no cenário econômico nacional e internacional. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas [SEBRAE] (2013), destaca em artigo as “oportunidades para a cachaça no mercado interno e externo”, onde o reconhecimento dessa como uma bebida genuinamente brasileira está atraindo investimentos, e que a bebida passou a ser aposta das multinacionais no setor de destilados, cujo foco é investir na sofisticação da “pinga”, tornando-a um produto consolidado no mercado interno e futuramente no externo, por seu potencial de crescimento.

Esta valorização está diretamente ligada à qualidade e às qualificações da bebida. O aprimoramento desta é especificado na Portaria nº 276/2009 (Brasil, 2009), publicado pelo Instituto Nacional de Metrologia, Normalização, Qualidade Industrial [INMETRO], que normatiza os tipos de cachaça a partir de suas características no processo produtivo, com o objetivo de aprimorar os procedimentos de qualidade, atendendo às normas técnicas, estabelecidas na Instrução Normativa nº 35/2010 (Brasil, 2009). A portaria acima mencionada define as seguintes especificações para a cachaça:

- Cachaça – É a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, com graduação alcoólica de 38% vol. (trinta e oito por cento em volume) a 48% vol. (quarenta e oito por cento em volume), a 20°C (vinte graus Celsius), obtida pela destilação do mosto fermentado do caldo de cana-de-açúcar com características sensoriais peculiares, podendo ser adicionada de açúcares até 6g/l (seis gramas por litro), expressos em sacarose.
- Cachaça Adoçada – Contém açúcares em quantidade superior a 6g/l (seis gramas por litro) e inferior a 30g/l (trinta gramas por litro) expressos em sacarose.
- Cachaça Envelhecida – Contém no mínimo 50% (cinquenta por cento) de cachaça envelhecida em recipiente de madeira apropriado, com capacidade máxima de 700 (setecentos) litros, por um período não inferior a um ano.
- Cachaça Premium – Contém 100% (cem por cento) de cachaça envelhecida em recipiente de madeira apropriado, com capacidade máxima de 700 (setecentos) litros, por um período não inferior a um ano.
- Cachaça Extra Premium – É envelhecida por um período não inferior a três anos⁶.

Ainda sobre a bebida o artigo do SEBRAE (2012) diz que atualmente as bebidas *Premium* são tendência no Brasil e no mundo. Neste cenário contemporâneo, a cachaça tem ganhado destaque. O repúdio para com a sua qualidade e o preconceito que a estampava como

algo feito para pobre tem se desfeito; novamente a aguardente brasileira vem galgando o seu espaço no cenário social e das bebidas de qualidade, outrora tão excluída, agora conquista corações.

No mercado internacional, em números de 2014, segundo dados estatísticos do Instituto Brasileiro da Cachaça [Ibrac] (2015), a bebida brasileira foi exportada para 66 países, sendo os principais compradores: Alemanha, Estados Unidos, França, Portugal, Paraguai e Itália; movimentando cerca de US\$ 18,33 milhões, o que representa um aumento de cerca de 10% na relação com o ano de 2013, tanto em consumo como em volume – que chegou a 10,18 milhões de litros (Ibrac, 2015).

Um dos exemplares de maior destaque do uso da cachaça para o consumo é a caipirinha, drinque nacional, sucesso em todos os lugares onde a bebida está presente. A caipirinha tem como ingredientes a mistura das raspas da casca de limão, açúcar refinado, gelo e a doses da cachaça, um produto que retrata a alegria e a espontaneidade do povo brasileiro.

3.2. Relevância para a Cultura e a Economia

A bebida possui um legado incontestável de participação na formação cultural do país. Além de sua história rica em detalhes e que acompanha de forma primordial a do Brasil, foi e é inspiração para poetas, compositores e artistas das mais diversas áreas de atuação.

Nomes curiosos para a cachaça possivelmente surgiram como uma demonstração do jeito brasileiro de lidar com os vários momentos da vida, entre estes: Apaga-tristeza, Conselheira, Desabafa-peito, cobertor de pobre, Assina-ponto, Atitude, Proletária, Providência, Decisão, Abre Apetite, Acalma Nervo, Antioxidante, Antibiótico, Anti-caspa, Cura Tudo, Abençoada, Santa branca, água que passarinho não bebe, Amansa Sogra, Consola Corno; Engorda Marido; Lágrima de Virgem; Levanta Velho, Pé de Briga; Quebra Munheca; Teimosinha; Tira Juízo; Tira Vergonha; Três tombos; Uísque de Pobre; Urina de Santo.

Não são apenas os nomes diferentes que fazem parte da cultura popular ligada à cachaça, ela também serviu e a ainda serve de inspiração para todos os tipos de artes, sendo tema de piadas e de personagens do humor, com destaque para João Cana Brava (representado pelo ator e humorista brasileiro Tom Cavalcanti), o inesquecível Mussun, personagem de “Os

Trapalhões”⁷, que em tudo que fazia tinha a cachaça como companheira, entre outros personagens caricatos.

A bebida também faz parte do enredo de renomados romances da literatura brasileira, como: O cortiço, de Aluizio de Azevedo; Menino de Engenho, de José Lins do Rego; Quincas Berro D’água, de Jorge Amado; obras que contam a vida em ambientes de produção e comércio da cachaça, através de personagens marcantes para a cultura literária do país. Além da presença em outros gêneros da literatura mais contemporânea, como no livro “O vendedor de Sonhos”, de Augusto Cury, onde um dos personagens principais é um bêbado caricato, chamado carinhosamente de “boquinha de mel”. Na literatura de cordel também disponibiliza um espaço de destaque para a mesma: O Beabá da Cachaça; Discussão de um Crente com um Cachaceiro; entre outros títulos que em sua maioria sempre relata a bebida como um produto presente no cotidiano do brasileiro.

Na música popular brasileira serviu, e ainda serve, de inspiração para muitos compositores nos mais variados ritmos, talvez o exemplar mais importante deste seguimento seja marchinhas de carnaval de Mirabeau Pinheiro, L. de Castro e H. Lobato de 1953, destacada por Silva (2006). Outro ícone da música brasileira, muito cantado no nordeste do país, faz alusão à cachaça, como uma representante legítima da cultura nacional. Composta pelo saudoso Luiz Gonzaga em parceria com Zé Dantas, “São João na Roça”, transcrita por Silva (2006).

É importante destacar, que apesar das inúmeras contribuições de importante relevância no cenário cultural do país, a bebida nacional, também está diretamente ligada a problemas sociais, causados em sua maioria por seu consumo sem controle. O fato é que a ingestão excessiva e contínua, trás além da dependência, inúmeros prejuízos a saúde do ser humano, além de problemas sociais, como acidentes domésticos e de trânsito, devido as alterações oriundas dos efeitos do álcool contido na cachaça. Deve-se lembrar, que estes fatores acima destacados, não são exclusivos da cachaça, mas são comuns a ingestão de todas as modalidades de bebidas alcoólicas.

⁷ Os Trapalhões foi um serie humorística de sucesso na televisão brasileira na década de 90.
⁸

3.3. Turismo com Cachaça: Gastronomia e Cultura

O Turismo se mostra como uma alternativa de utilização dos espaços de produção e comercialização da cachaça, acrescentando ao produto uma opção de fonte de renda a partir de sua exploração turística, que se mostra promissor, devido ao crescente desenvolvimento das práticas relacionadas ao Turismo Rural no Brasil. Conforme o Ministério do Turismo, essa modalidade é entendida como: “Conjunto de atividades turísticas desenvolvidas nos meios rural, comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o Patrimônio cultural e natural da comunidade” (Sebrae, 2012. p. 60) .

Esta é a modalidade do turismo na qual a cachaça geralmente está inserida, devido à localidade e o ambiente onde são instalados os engenhos, que conta como principais estados produtores MG, SP, BA, CE, RS, PB, PE e RJ. Apresenta-se a seguir alguns dos casos consolidados.

Em Minas Gerais ganha destaque a Cachaçaria Vale Verde, que se encontra dentro do Parque Ecológico Vale Verde, localizado na Cidade de Betim, região metropolitana de Belo Horizonte. A Vale Verde tem desempenhado importante papel na inserção do turismo em espaço de produção da cachaça, agregando valor à localidade e oferecendo uma opção de lazer em família, que vai além da ida a um local onde se produz uma bebida alcoólica, mas permite uma experiência inesquecível de entretenimento e contemplação das paisagens e espaço.

O local possui uma cadeia de elementos agregados que são oferecidos ao visitante, como os paisagísticos para contemplação, os que proporcionam sensações e experiências. No local é possível conhecer as etapas de produção da bebida; curiosidades desta e de outras marcas no museu que conta a história da bebida; degustá-la; e vivenciar o contato com a natureza.

A empresa Vale Verde é uma produtora de cachaça das mais bem conceituadas do Brasil, figurando entre as 20 melhores marcas, segundo Rankings das revistas Playboy (2007;2009 e 2011) na cachaça do tipo Extra-premium. Tem seu diferencial no processo de elaboração desenvolvido de maneira sustentável: “a produção das cachaças Vale Verde é absolutamente natural. Todo o processo é sustentável e os resíduos são reutilizados a partir de suas características”.

Um modelo de turismo em ambiente de fabricação da cachaça que demonstra várias possibilidades de se trabalhar a visitação em engenhos ainda em atividade, gerando novas oportunidades de desenvolvimento econômico, revitalizando os espaços ociosos antes existentes. A cachaçaria Vale Verde hoje é um roteiro de turismo consolidado na cidade e possui estrutura para atender a visitantes de todos os segmentos, com atividades relacionadas ao lazer, cultura, história, gastronomia, contemplação durante todo o dia.

Em Pernambuco, a Cachaçaria Sanhassú integrada o Projeto de Turismo Rural do estado, desenvolvido pelo SEBRAE-PE⁸. Está localizada em um amplo espaço de área verde da Zona Rural de Chã Grande, município pernambucano que fica a 84,5 Km da cidade de Recife, capital do Estado, tem opções de entretenimento ao visitante, utilização do espaço e das paisagens naturais como atrativos principais que compõem o ambiente.

Engenho produtor de Cachaça, rapadura, açúcar mascavo e mel de engenho, onde a produção é autenticamente artesanal, oferece ao visitante a oportunidade de participar de todas as etapas do processo de elaboração de seus produtos, sendo possível, também, a experiência gustativa e sensorial dos mesmos. Faz-se exemplo de como é possível desenvolver, no espaço de produção da cachaça, atrativos que possibilitem a visitação sem que haja interferência na escala de fabricação e das atividades do Engenho. O turismo se dá como um complemento econômico, proporcionando uma revitalização do espaço a partir da utilização do mesmo como objeto de contemplação sob uma nova perspectiva.

Já na integração de estados, há o roteiro turístico chamado “Caminhos dos Engenhos”, desenvolvido na região do Brejo paraibano e está inserido no Roteiro Civilização do Açúcar, que, por sua vez, trata-se de um circuito turístico que abrange os Estados da Paraíba, Pernambuco e Alagoas.

No Estado da Paraíba, o roteiro é desenvolvido nas cidades de Alagoa Grande, Alagoa Nova, Areia, Bananeiras, Pilões e Serraria, através da abertura dos Engenhos produtores de derivados da cana de açúcar para a visitação turística. Nos locais é oferecido um contato direto com a produção, história e a cultura existente em cada estabelecimento que remete ao período Colonial do Brasil, além do contato com o ambiente rural, tendo como principais atrativos, paisagens canaviais, cachoeiras, prédios históricos, boa culinária e o clima frio. O

⁸ Informações sobre o Roteiro: Turismo Rural do SEBRAE-PE, colhidas a partir do catálogo de divulgação do TURISMO RURAL DE PERNAMBUCO, cujo referencial completo encontra-se nas referências deste trabalho.

projeto é desenvolvido principalmente nos meses de junho, julho e agosto, onde as cidades também desenvolvem circuitos de inverno.

4. METODOLOGIA

A coleta de dados do presente artigo se deu mediante diversos instrumentos, e principalmente através de pesquisa bibliográfica de obras nacionais que relatam sobre o produto Cachaça e temas diretamente ligados à cultura e ao patrimônio.

Uma visita técnica à Cachaçaria e Parque Ecológico Vale Verde foi realizada em Dezembro de 2011, onde através de uma observação participante foi analisado os espaços turísticos e a organização do empreendimento para a prática do turismo, sem que esta interfira na produção da bebida.

Foi realizada pesquisa de campo com aplicação de entrevista semiestruturada de caráter qualitativo, formada por cinco perguntas relacionadas aos estabelecimentos visitados e suas relações com a produção da bebida. As entrevistas foram aplicadas nos Engenhos Lagoa Verde - produtor da Cachaça Volúpia, localizada em Alagoa Grande - e no Engenho Triunfo, produtor da cachaça Triunfo, localizada na cidade de Areia. Estes foram escolhidos por estarem localizados nos municípios com maior número de engenhos e por possuírem estrutura para o recebimento de turistas.

Por fim, deu-se a construção do mapeamento da distribuição dos espaços produtores dentro da unidade federativa e reconhecimento das marcas pertencentes ao Estado, pontuados em mapa disponível na ferramenta Google Earth. Foram utilizados como mecanismos de pesquisa e identificação destas localizações rótulos das garrafas de marcas paraibanas, disponíveis em pontos de vendas de estabelecimentos de comercialização em João Pessoa (visita feita nos meses de setembro e novembro de 2014 a lojas de conveniências e supermercados), além de livros e outras fontes informativas.

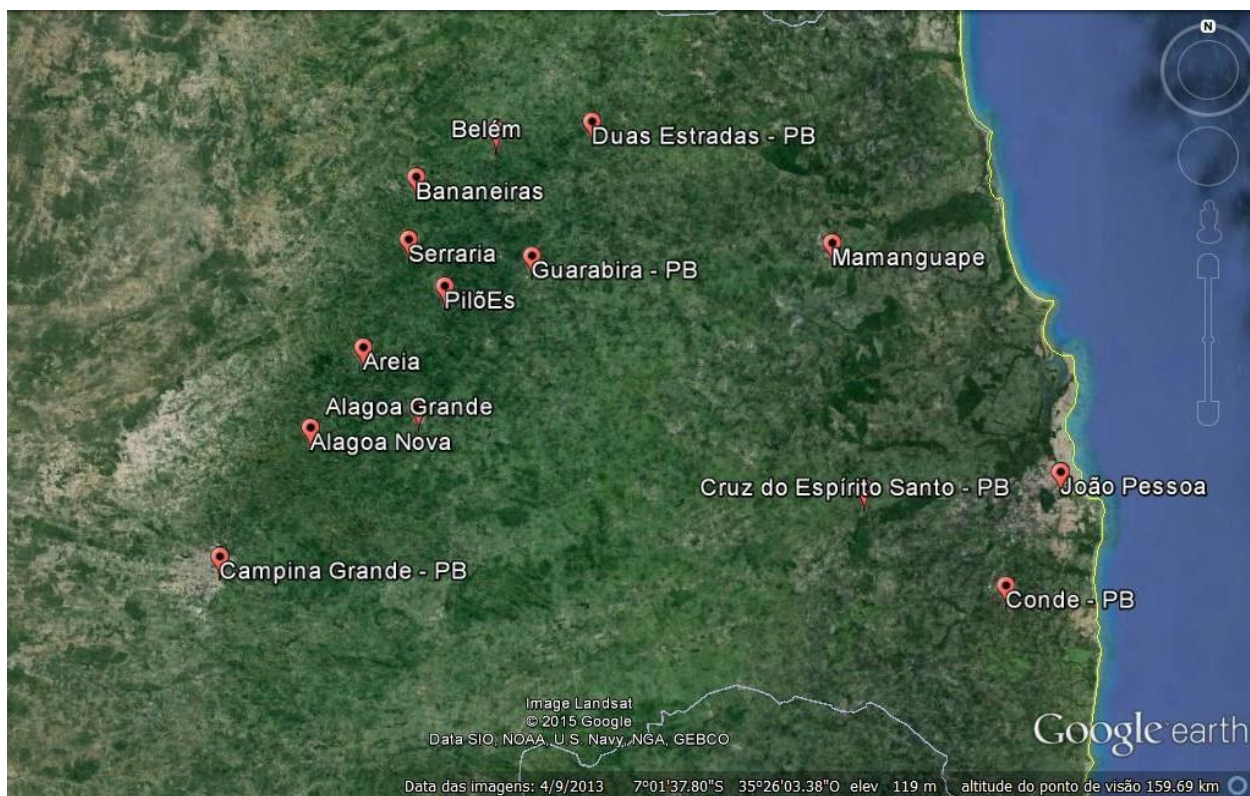
5. RESULTADOS E ANÁLISES

5.1 Mapeamento

A produção de cachaça na Paraíba está distribuída nas mesorregiões do Litoral, Zona da Mata e Brejo do Estado, com grande concentração nas microrregiões do Brejo e Piemonte da Borborema, onde o volume de fabricação e de engenhos produtores é bem maior, em

especial nas cidades de Areia e Alagoa Grande, com destaque para a presença de algumas marcas de grande significado na fatia de mercado local e também de nível nacional e internacional, premiadas e reconhecidas em todo o país.

Figura 1: Mapa das cidades produtoras de cachaça na Paraíba



Fonte: Imagem de satélite Google Earth: adaptada pelos autores

Foram identificadas como cachaças produzidas no Estado, e com sede de seus engenhos pertencentes ao mesmo, 28 marcas distribuídas em 20 engenhos diferentes, sendo o município de Areia o de maior concentração de empresas produtoras da bebida. Segue abaixo a relação por município das marcas encontradas:

Quadro 1: relação das localidades, marcas e engenhos de cachaça na Paraíba

Alagoa Grande	<ul style="list-style-type: none"> • Volúpia – Engenho Lagoa Verde • Gregório – Engenho Gregório de Baixo Bacamarte – Engenho Lagoa Verde • Cachaça do Bigode – Engenho Bigode – Alagoa Grande – PB
Belém	<ul style="list-style-type: none"> • D’dil – Engenho Retiro
Duas Estradas	<ul style="list-style-type: none"> • Serra Limpa – Engenho Imaculada Conceição
Areia	<ul style="list-style-type: none"> • Triunfo – Engenho Triunfo • Serra de Areia - Engenho Bela Vista • Matuta – Engenho Vaca Brava

	<ul style="list-style-type: none"> • Ipueira – Engenho Ipueira • Vitória – Fazenda Riachão da Vaca Brava • Turmalina da Serra – Engenho Cachoeira
Mamanguape	<ul style="list-style-type: none"> • Bandeira Branca – Engenho Bandeira Branca • Jeribita
Conde	<ul style="list-style-type: none"> • Condessa – Engenho Nossa Senhora Auxiliadora • Tambaba – Granja Nossa Senhora Auxiliadora
Campina Grande	<ul style="list-style-type: none"> • Gostosa – Empresa Nacional de Bebidas • Caranguejo – Empresa Nacional de Bebidas
Bananeiras	<ul style="list-style-type: none"> • Cascavel – Jatobá • Rainha – Engenho Goiamunduba
Guarabira – PB	<ul style="list-style-type: none"> • Jureminha – Engenho Serra de Jurema • Maribondo – Engenho Palmeira
Cruz do Espírito Santo	<ul style="list-style-type: none"> • Caipira – Engenho São Paulo • São Paulo – Engenho São Paulo • Cigana - Engenho São Paulo
Serraria	<ul style="list-style-type: none"> • Cobiçada – Eng. Martiniano
Pilões	<ul style="list-style-type: none"> • Cachaça Olho D’cana – Engenho Olho D’Água
Alagoa Nova	<ul style="list-style-type: none"> • Cachaça Serra Preta - Engenho Beatriz

Fonte: elaborado pelos autores

Os engenhos que já possuem estrutura para a visitação turística Triunfo (Areia) e Lagoa Verde (Alagoa Grande) têm se destacado por oferecer além de cachaças de excelente qualidade, a oportunidade da prática do turismo de forma associada à produção ativa da bebida, espaços que são adequados para qualquer idade e público, pois o espaço de produção é que é o grande atrativo e não o produto. São espaços harmoniosos com paisagismo e decoração aconchegantes que oferecem um conforto a quem a visita, além do conhecimento cultural e histórico agregado a esta.

5.2. Entrevista no Engenho Triunfo

Localizado na cidade de Areia o Engenho Triunfo se destaca por sua consolidação no mercado da bebida, tanto no Estado quanto em todo território nacional. O estabelecimento foi um dos primeiros empreendimentos a abrir suas portas para o Turismo, tornando-se um modelo à prática da atividade em ambientes produtores da bebida Brasileira.

Em entrevista realizada na tarde do dia 10 de fevereiro de 2015, no ambiente do próprio engenho, a proprietária contou que a história do Engenho remete ao ano de 1994, a partir do sonho de seu esposo de se tornar um produtor de cachaça.

A mesma destaca que a Triunfo teve muita inovação tecnológica, a primeira foi no sabor, onde ocorreu a quebra do paradigma que cachaça boa teria que ter 46% de álcool, influenciando a queda deste padrão para o percentual de 40 a 42%. Outra foi quando

influenciou a diminuição do volume das garrafas, quando trouxe ao mercado garrafas menores, com 275 ml, trazendo uma nova opção de tamanho, que logo também serviu como modelo para as demais marcas. A marca Triunfo vende, hoje, cerca de 250 mil garrafinhas por mês, atingindo assim o teto máximo da capacidade de produção estabelecida pela Dona Julia e seu Antonio Augusto.

Questionada sobre a inserção no cenário turístico, a entrevistada relata que esta ideia quase ocasionou um divórcio, pois tudo começou quando a mesma saiu do emprego em uma repartição do poder judiciário, passando a trabalhar para Triunfo. Não se conformando com uma vida mais calma, resolveu abrir para visitação turística. Em parceria com guias locais, começou a receber turistas, em pouco tempo recebia cerca de 100 pessoas, e hoje cerca de 500 passam pelo engenho por semana. Não atendem ao público infantil e nem adolescentes, um verdadeiro caso de sucesso, que contribui com o desenvolvimento regional, a partir da integração entre outros setores do turismo, como restaurantes, associações de artesanato, parceria com outros empreendimentos produtores de derivados da cana de açúcar.

Sobre a estrutura, inicialmente não havia nada preparado ou planejado especificamente para o turismo, também não houve uma capacitação prévia para o recebimento do turista. Segundo a proprietária já existia o Caminho dos Engenhos, mas a mesma não tinha conhecimento do projeto e o engenho Triunfo também não se enquadrava no perfil adequado para o Circuito Turístico, em sua estrutura inicial, pois este visava trabalhar com estabelecimentos tradicionalmente produtores de rapadura. Tudo aos poucos foi sendo inserido para que hoje o engenho pudesse ter os equipamentos turísticos que possui e a demanda atual – correspondente a 20% do faturamento da empresa. A divulgação do empreendimento é feito através de indicações dos amigos que visitam e uma parceria com a Operadora de receptivo Luck⁹, através dos guias locais e o site da empresa, que foi sugestão dos turistas.

É necessário destacar que a localização do empreendimento é em ambiente rural, porém as formas de acesso são bem sinalizadas desde a entrada da cidade de Areia até o local do engenho. Há serviços de comunicação disponíveis dentro do estabelecimento, como acesso a internet wi-fi e sinal de telefonia, além da atividade compartilhada em parceria com demais

⁹A Luck Receptivo é uma empresa paraibana de receptivo turístico, que trabalha com roteiros de visitação dentro do Estado da Paraíba e estados vizinhos – Informação verbal

estabelecimentos que atendem o turismo na região, agregando assim valor a cadeia produtiva deste.

Hoje, a empresa participa assiduamente de festivais e eventos culturais, gastronômicos, científicos e turísticos da cidade, contribuindo ativamente para a valorização do produto cachaça como um patrimônio cultural da região e do estado, bem como de geração de renda e desenvolvimento para todo município de Areia. A perspectiva da empresária para o futuro é melhorar ainda mais o atendimento ao turista e a qualidade da cachaça produzida, não há interesse em crescimento numérico, mas sim da qualidade e bem-estar do lugar.

5.3. Entrevista no Engenho Lagoa Verde

Localizado na cidade de Alagoa Grande, o Engenho Lagoa Verde, produtor da marca de cachaça Volúpia, produzindo cachaça desde séc. XIX, a cinco Gerações da família Lemos, iniciando com o senhor Antônio Lemos, passando por Manoel Lemos e Otávio Lemos, que foi quem criou a marca Volúpia em 1946 e a lançou no mercado. Antes disso a produção era de cachaça do tipo brejeira, a partir daí assumiram os negócios José Ribamar Lemos e atualmente o Senhor Vicente Otávio Lemos.

O espaço possui hoje uma estrutura muito bem planejada para a atividade turística, com ambientes pensados para o bem estar do visitante, sem que esta atividade atrapalhe a produção habitual da cachaça, onde cada departamento da produção esta distribuído em salas diferentes identificadas na porta com placas de sinalização. Além dos locais de produção possui também uma pequena loja onde são comercializados artigos da cultura regional e exemplares da bebida produzida ali, uma sala de degustação e um restaurante de culinária regional, cujo nome é Banguê e foi inaugurado em 17 de junho de 2004, agregando mais valor ao espaço.

Um dos mais bem preparados engenhos para a atividade turística do Estado da Paraíba, se comparado com os demais estabelecimentos produtores da bebida, abertos à visitação. O Engenho Lagoa Verde recebe cerca de 400 visitantes por semana, tanto para visitas ao engenho, como ao restaurante, que conta com uma programação especial nos sábados com almoço ao som de forró pé de serra ao vivo, que tem sido um forte atrativo de visita ao engenho.

No espaço também é oferecido através de agendamento à opção de quatro trilhas distintas pela reserva de mata serrana, com nascente, pequena cachoeira, árvores raras e

nativas, e animais silvestres, percursos que variam entre 04h00min e 04h30min de duração. A trilha do Saguí, Trilha do Camaleão, Trilha do Teju e Trilha da Preguiça. Opções que agregam valor à oferta turística do engenho, devido à variedade de experiências oferecidas ao visitante.

A equipe de funcionários, por sua vez, mostra-se muito bem preparada para o atendimento de turistas, bem como a atividade econômica principal do local, que é a produção da cachaça. No geral, foi identificada apenas a necessidade de placas de sinalização e informativas de acesso ao local do engenho, pois em nenhum momento do percurso foi identificada a presença destas, sendo necessário pedir informações aos moradores locais para chegar até o Lagoa Verde.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O potencial cultural da Cachaça é importante para a preservação de momentos históricos do Brasil e da valorização de um Patrimônio Nacional, que precisa ser reconhecido legalmente e entendido pela população como um produto que identifica o povo brasileiro, por sua contribuição a história do país, seja como produto de resistência ao domínio Português, ou até por todas as curiosidades inerentes a sua origem, desenvolvimento e produção e toda sua relação com o Brasil.

Através do levantamento dos engenhos produtores ainda em atividade, que têm como seu produto principal a fabricação da cachaça, é possível identificar novas possibilidades de roteiros ainda não existentes, como a inclusão dos engenhos do Litoral (Conde) e Zona da Mata (Cruz do Espírito Santo) em um roteiro que englobe estas duas regiões, podendo ser agregado há um roteiro histórico, tendo em vista a proximidade com os espaços mais antigos e que foi porta de entrada para os colonizadores.

No geral, pode-se concluir que é possível o Estado da Paraíba desenvolver de uma maneira melhor planejada a atividade turística em ambientes de produção da Cachaça, devido às potencialidades naturais, patrimoniais, sensoriais e gustativas destes, através da gastronomia, das histórias inerentes a cada ambiente de produção, pelo acervo arquitetônico existente nos engenhos mais antigos em contraste com os mais novos, pela maneira individual

que cada estabelecimento tem de produzir a sua cachaça, além de toda a história da origem do produto num contexto geral no país, que por si só, já é um atrativo de grande valor cultural.

Caso o reconhecimento da Cachaça no Estado da Paraíba como um Patrimônio histórico imaterial, cultural e gastronômico, venha a ocorrer, trará ainda mais valorização para este produto e agregará um maior valor aos espaços produtivos paraibanos, gerando na população local um espírito de pertencimento para com o produto e um novo olhar sobre o mesmo, quebrando ainda mais os paradigmas que ainda o cerca, além da oportunidade de novas descobertas sobre a utilização da mesma, tanto na gastronomia, como na sua utilização como um produto cultural turístico da região.

Esta pesquisa se finda certa de que o Brasil tem na cachaça um produto potencial para o desenvolvimento turístico de várias cidades, podendo com ele manter preservada sua memória, tornando-o patrimônio de um povo.

REFERÊNCIAS

Brasileiro, M. D. S. (2001) Desenvolvimento e turismo: para além de paradigmas econômicos. In: Brasileiro, M. D. S., Medina, J. C. e Coriolan, L. N. (Orgs.). *Turismo, cultura e desenvolvimento*. Campina Grande: Eduepb.

Brasil. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. (2005). *Instrução Normativa nº 13, de 29 de junho de 2005*. Recuperado em 03 agosto, 2014, de <http://extranet.agricultura.gov.br/sislegis-consulta/consultarLegislacao.do?operacao=visualizar&id=12386>

Brasil. Ministério do Turismo. (2006). *Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais*. Brasília: MTur. Recuperado em 02 agosto, 2014, de http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf.

Brasil. Ministério do Desenvolvimento Indústria, e Comércio Exterior. (2009). *Portaria nº 276 de 24 de setembro de 2009*. Recuperado em 10 agosto, 2014, de <http://www.inmetro.gov.br/legislacao/rtac/pdf/RTAC001497.pdf>

Brasil. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação (2010) *Turismo Cultural: orientações básicas*. - (3a ed) Brasília: Ministério do Turismo.

Cachaça Vale Verde (2014). Recuperado em 07 setembro, de 2014, de <http://www.cachacavaverde.com.br/>

Coriolano, L. N., Sampaio, C. A. (2012) Discurso e concepções teóricas do desenvolvimento e perspectivas do turismo como indução. In: Brasileiro, M. D. S., Medina, J. C. e Coriolano, L. N. (Orgs.). *Turismo, cultura e desenvolvimento*. Campina Grande: Eduepb.

Freud, F. T. (2008). *Alimentos e Bebidas: uma visão gerencial*. (2a ed.) Rio de Janeiro: Senac Nacional.

Fecarotta, L. (2006). *Estrada Real: Alimentação e hospedagem*. São Paulo: Conteúdo Expresso.

Figueredo, R. (2011). *De Marvada a Bendita: a história, a gastronomia e as curiosidades da cachaça, a mais brasileira das bebidas*. São Paulo: Matrix.

Instituto Brasileiro de Cachaça. (2008). *Mercado Interno da Cachaça*. Recuperado em 20 julho, 2014, de <http://www.ibraccachacas.org/index.php/servicos/estatisticas/mercado-interno>

Instituto Brasileiro de Cachaça. (2014). *Mercado Externo da Cachaça*. Recuperado em 20 fevereiro, 2015, de <http://www.ibrac.net/index.php/servicos/estatisticas/mercado-externo>

Lopes, T. (2001) Rotas Nacionais: Fragmentando os Roteiros Turísticos sobre Ouro Preto. In: A., Jr., Banducci, M. Barreto. (Orgs.). *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. Campinas: Papirus

Novo, M. A. L. (2011). *Viagem ao mundo da cachaça*. São Paulo: New Book.

Parque Ecológico Vale Verde. (2014). Recuperado em 03 setembro, 2014, de <http://www.valeverde.com.br/>

Quintas, F. (org.). (2007) *A civilização do Açúcar*. Recife: Sebrae

Rejowski, M. (2002). *Turismo no percurso do tempo*. São Paulo: Aleph.

Revista Playboy. *Ranking playboy da cachaça*. Recuperado em 07 setembro, 2014, de <http://www.cachacavaleverde.com.br/playboy-ranking-da-cachaca.pdf>

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2012). *Cachaça artesanal: série de estudos mercadológicos*. Recuperado em 10 março, 2015, de [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/444c2683e8debad2d7f38f49e848f449/\\$File/4248.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/444c2683e8debad2d7f38f49e848f449/$File/4248.pdf)

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa. (2014). *Oportunidades para a cachaça no mercado interno e externo*. Recuperado em 04 agosto, 2014, de <http://www.sebraemercados.com.br/oportunidades-para-a-cachaca-no-mercado-interno-e-externo/>

Schneider, C. S. (2014) *Turismo Cultural: uma Proposta de Preservação do Patrimônio*

Material. Recuperado em 03 agosto, 2014,

de

http://www.ucs.br/ucs/tplSemMenus/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/arquivos_4_seminario/GT04-2.pdf

Silva, J. M. da. (2006). *Cachaça: o mais brasileiro dos prazeres*. São Paulo: Anhembi Morumbi.

Silva, J. M. da. (2014). *Caipirinha: espírito, sabor e cor do Brasil*. Recife: Associação Pernambucana de Produtores de Aguardente de Cana e Rapadura (APAR).

Standage, T. (2005). *Historia do mundo em 6 copos*. (A. Braga, Trad.). Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Santos S. (2010). *Pequeno livro de destilados: guia para toda hora*. (4a ed.) Campinas: Verus.

Trindade, A. G. (2006). *Cachaça: um amor brasileiro*. São Paulo: Melhoramentos.

Turismo Criativo. (2010). *A Cachaça como produto turístico*. Recuperado em 03 agosto, 2014, de <http://turismocriativo.blogspot.com.br/2010/02/cachaca-como-produto-turistico.html>.

Vieira, G. (2011). *Educação e turismo: aliados no desenvolvimento social*. (8a ed.) Rio de Janeiro: CNC.