

A cachaça como patrimônio cultural e turístico

The *cachaça* as cultural and touristic heritage

La *cachaça* como patrimonio cultural y turístico

Amada Gama Tavares¹

José da Paz Dantas²

Wilker Ricardo de Mendonça Nóbrega³

Resumo

Diante dos processos de globalização e de transformações tecnológicas, é válido atentar para os bens culturais e sociais dos povos e das nações, buscando sua preservação e potencialização. Nesse contexto, o presente trabalho tem como objetivo refletir acerca do papel da cachaça como patrimônio cultural do país e sua relação com o turismo. De natureza exploratória e utilizando-se de levantamento bibliográfico, a pesquisa tem uma abordagem qualitativa apoiada numa discussão a partir de estudos históricos, onde teóricos discutidos no texto apontam que a cachaça é um importante instrumento para construção de identidades, mas, também, como um elemento capaz de tecer relações sociais, políticas e econômicas, isto é, um componente capaz de proporcionar novas experiências turísticas em diferentes destinos. Embora haja algumas ações pontuais do uso da cachaça na composição de serviços e roteiros turísticos culturais, acredita-se que ainda não são suficientes para que a cachaça seja efetivamente utilizada como ferramenta complementar na composição de produtos turísticos. Finalmente, acredita-se que a cachaça, fortemente atrelada à identidade e à cultura brasileira, pode ser utilizada para formatação de atividades como roteiros temáticos e visitas a museus referentes à bebida.

Palavras chave: Patrimônio cultural. Turismo. Produto turístico. Cachaça.

Abstract

Having regard to the processes of globalization and technological changes, it is necessary to attend to cultural and social property of the people and of the nations, seeking its preservation and enhancement. In this context, this paper aims to reflect on the role of the *cachaça* as a cultural heritage of Brazil and its relation with tourism. In an exploratory nature and using literature review,

¹ Universidade Federal do Rio Grande do Norte, e-mail amada.tavares@hotmail.com

² Universidade Federal do Rio Grande do Norte, e-mail paizitopaz@hotmail.com

³ Universidade Federal do Rio Grande do Norte, e-mail wilkernobrega@yahoo.com.br

the research has a qualitative approach, supported in historical studies where theoretical discussed in the text indicate that *cachaça* is an important instrument for building identities, but also an element able to weave social, political and economic relations, that is, a capable component to provide new tourist experiences in different destinations. Although there are some specific actions about the use of the *cachaça* in the composition of touristic services and cultural tours, it is believed that they are not sufficient for the effectively use of the *cachaça* as a complementary tool on the elaboration of touristic products. Finally, it is believed that the *cachaça*, strongly linked to the Brazilian identity and culture, can be used to compose activities such as thematic tours and visits to museums related to this drink.

Keywords: Cultural heritage. Tourism. Touristic product. *Cachaça*.

Resumen

Teniendo en cuenta los procesos de globalización y de cambios tecnológicos, es necesario considerar los bienes culturales y sociales de los pueblos y de las naciones, en busca de su conservación y potenciación. En este contexto, el presente artículo busca reflexionar sobre la función de la *cachaça* como patrimonio cultural de Brasil y su relación con el turismo. Con carácter exploratorio y usando revisión bibliográfica, esta investigación tiene un enfoque cualitativo apoyado en estudios históricos, donde teóricos discutidos en el texto indican que la *cachaça* no es solamente un instrumento importante para la construcción de identidades, sino también un elemento capaz de tejer relaciones sociales, políticas y económicas, es decir, un componente capaz de proporcionar nuevas experiencias turísticas en diferentes destinos. Aunque haya acciones específicas sobre el uso de la *cachaça* en la composición de servicios turísticos y *tours* culturales, se considera que no sean suficientes para que la *cachaça* sea utilizada efectivamente como una herramienta en la composición de productos turísticos. Por último, se cree que la *cachaça*, estrechamente ligada a la identidad y la cultura brasileña, pueda ser utilizada para la elaboración de actividades como *tours* temáticos y visitas a museos relacionados con la bebida.

Palabras claves: Patrimonio Cultural. Turismo. Producto Turístico. *Cachaça*.

Introdução

Habitado originalmente por indígenas, colonizado por portugueses e povoado também por africanos, além de outros, como italianos, espanhóis e holandeses, o Brasil construiu ao longo dos séculos um diversificado conjunto de bens culturais, que muito dizem a respeito de

sua história. Esses símbolos, tanto materiais como imateriais, formam a identidade brasileira, construindo características que o diferem de outros países, dando-lhe certas particularidades.

As tradições herdadas da individualidade de cada um desses povos, como também de sua miscigenação, expressões, práticas e conhecimentos, resistentes com o passar do tempo e que são transmitidos entre gerações, formam o patrimônio cultural de um povo. Tal patrimônio merece ser valorizado e preservado, pelo seu valor em si, por sua capacidade de identificar um povo, pela possibilidade de contribuir para a coesão social, como também pelo potencial de ser usado para a promoção do desenvolvimento regional (UNESCO, 2003; IPHAN, 2007; MENDES 2012).

Uma das formas viáveis de planejar e gerir o patrimônio cultural para o alcance do desenvolvimento diz respeito ao uso desse patrimônio como atrativo turístico, através do Turismo Cultural. Mesmo sendo uma atividade que vem recebendo destaque no mundo nos últimos anos, no Brasil ainda não há consciência da relevância dos benefícios que esta união entre turismo e cultura pode gerar (ÁVILA, 2009), como um dos reflexos da pouca atenção dada aos bens culturais do país, principalmente àqueles de natureza imaterial. Isso tem ocorrido num contexto caracterizado pela globalização e por aceleradas transformações, principalmente tecnológicas, facilitando o processo de enfraquecimento das tradições e dos costumes, das culturas regionais.

Considerando que uma das etapas para valorizar e promover o patrimônio cultural consiste em difundir o conhecimento sobre esse patrimônio, e tendo em vista a grande diversidade cultural do país e o seu valor, cabe à academia estimular e realizar estudos que mostrem o potencial desse patrimônio e que ofereçam alternativas para a construção do desenvolvimento por meio de seu uso consciente.

Neste trabalho, dentre os muitos bens culturais, dar-se-á destaque à cachaça – símbolo de brasilidade, nascido ainda nos tempos do Brasil Colonial. Atualmente, é uma das bebidas que mais se sobressaem no cenário internacional, tendo um significativo apelo mercadológico, inclusive turístico (SILVA, 2006), mostrando-se ser um instrumento de resgate da história dos brasileiros, de conhecimento da cultura e de agregação de valores à comunidade. Assim, o ponto de partida deste trabalho será a busca das razões pelas quais a cachaça é considerada um patrimônio nacional e de como ela pode contribuir para o turismo.

O objetivo central do trabalho é refletir acerca do papel da cachaça como patrimônio cultural e turístico do país. Para isso, buscou-se a) verificar a relação entre patrimônio cultural e turismo cultural; b) analisar o papel da cachaça para o Brasil; c) identificar algumas tendências e novas formas de uso da cachaça na composição de produtos turísticos.

A presente pesquisa não se apoia num objeto empírico em particular. Trata-se de um trabalho com levantamentos conceituais e de dados históricos, a fim de atingir os objetivos apresentados. Para isso, caracteriza-se como uma pesquisa exploratória, usando-se de levantamento bibliográfico, com uma abordagem qualitativa (ANDRADE, 2003; DENCKER, 2007).

Ainda existem várias lacunas no estudo e no quesito de manejo e uso adequados e viáveis do patrimônio turístico cultural. Apresentar e sensibilizar acerca do papel dos diferentes atores envolvidos com o turismo, voltado ao aspecto do patrimônio brasileiro é uma das primeiras etapas para se avançar e preencher tais lacunas de pesquisa.

Patrimônio cultural e turismo

A fim de obter maior compreensão a respeito do que seja o patrimônio cultural e sua relação com desenvolvimento e turismo, convém fazer uma reflexão de algumas categorias conceituais para compreender os diferentes usos no meio acadêmico, comercial e na esfera pública.

A palavra patrimônio vem do latim, *patrimonium* (que deriva de pater – pai) e era aplicada, originalmente, ao conjunto de bens que pertenciam aos pais de famílias passando para seus sucessores. Ou seja, *patrimonium* era o que se herdava – a herança. E herança traz consigo a ideia de continuidade, de entrega e recebimento de algo (RODRIGUES, 2003; MENDES, 2012), que supõe ter algum valor. Tal noção de valor herdado torna-se essencial para a compreensão do que é patrimônio cultural.

De acordo com Rodrigues (2003), esse conceito foi ampliado no século XVIII, quando passou a nomear os bens culturais de uma nação, protegidos por uma legislação e por medidas públicas específicas. Essa mudança ocorreu devido às ações do governo francês, para proteger os monumentos históricos daquele país.

No que tange ao termo cultura, no fim do século XVIII e início do XIX, a palavra germânica *Kultur* era usada para expressar o significado de todos os aspectos espirituais de um povo. Já o termo francês *Civilization* simbolizava os feitos materiais de uma comunidade. Edward Tylor sintetizou estes dois significados no termo inglês *Culture*, que se referia ao conjunto de realizações materiais e espirituais adquiridos e construídos pelo homem, como costumes, conhecimentos, lei, crenças, arte, hábitos e moral (LARAIA, 2001).

Ávila (2009) aponta que cultura envolve todos os aspectos da vida de uma sociedade, sendo o resultado de uma construção histórica, dizendo respeito ao pensar, ao sentir e ao fazer dos povos.

Assim, a cultura é um processo dinâmico, por meio do qual são transmitidas práticas, valores e conhecimentos. Relaciona-se com o passado, o presente e o futuro, uma vez que, segundo Barretto (2003), é ela que permite que os grupos mantenham sua identidade, conheçam suas raízes, e saiba quem são e de onde vieram. Corroborando com esta ideia, Ávila (2009, p.19) afirma que a cultura é a “alma de um povo”. Ou seja, é o meio pelo qual as comunidades e as localidades se diferenciam entre si, formando sua própria identidade.

Os dois termos – patrimônio e cultura – quando reunidos, fazem nascer a ideia de patrimônio cultural, que corresponde ao “conjunto dos saberes, fazeres, expressões, práticas e seus produtos, que remetem à história, à memória e à identidade desse povo” (IPHAN, 2007, p.12). Ou seja, todo esse conjunto cultural, que foi herdado, está sendo vivenciado e será repassado aos descendentes. Funari e Pinsky (2003, p.8) conceituam patrimônio cultural como tudo o que “constitui um bem apropriado pelo homem, com suas características únicas e particulares”, e alertam para o fato de que frequentemente o termo é usado apenas para significar edifícios ou obras de artes. No entanto, o patrimônio cultural abarca muito mais que isso, abrange tudo que advém do espectro humano.

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), que desempenha relevante papel no que diz respeito ao patrimônio cultural mundial, considera-o, juntamente com o patrimônio natural, fontes insubstituíveis de vida e inspiração para os povos⁴, merecendo ser, por isso, valorizado e salvaguardado.

⁴ Disponível em: <<http://whc.unesco.org/en/about/>>. Acesso em: 2 maio, 2014.

No entanto, no Brasil essa busca pela valorização e preservação do patrimônio se dá somente na década de 1930, principalmente a partir da criação do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN, atual IPHAN), por meio da Lei 378 e do Decreto-lei 25, ambos de 1937. Através deste órgão, foi possível preservar muitos bens culturais do país, tendo como foco o acervo arquitetônico, através de tombamentos e restaurações. No entanto, este foco no patrimônio arquitetônico fez com que, nos anos que seguiram a criação do SPHAN, o patrimônio cultural fosse considerado como sinônimo de patrimônio arquitetônico (PELLEGRINI FILHO, 1997; FONSECA, 2009).

O fim da década de 1970 pode ser considerado a segunda fase de destaque dentro do processo de preservação, quando se ampliou a abrangência das ações em prol do patrimônio cultural. Foi então que órgãos paralelos ao SPHAN foram criados, e também órgãos estaduais e municipais, como o Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico (PELLEGRINI FILHO, 1997).

Foi também nesta década, mais especificamente em 1972, que ocorreu na cidade de Paris, a Conferência Geral da UNESCO para tratar da preservação do patrimônio mundial. Em documento gerado a partir desta ocasião, considerou-se como patrimônio cultural os monumentos (obras arquitetônicas, estruturas arqueológicas, etc.); os conjuntos de monumentos e construções e; os locais onde houvesse obras humanas ou obras do homem e da natureza conjugadas.

Percebe-se que, mesmo que o conceito de cultura envolva também os aspectos imateriais, como crenças e costumes, este conceito faz menção puramente a bens materiais, não considerando os valores simbólicos dos povos.

Na década posterior, no entanto, mesmo mantendo a característica de bem passível de posse, o termo mudou consideravelmente seu conceito, expandindo-se além do patrimônio material. Passou a referir-se a tudo aquilo que o homem cria – seja com suas mãos, ideias ou fantasias –, valoriza e quer preservar (LONDRES, 2001; CHUVA, 2009). Inclui, portanto, as tradições e expressões culturais herdadas dos antepassados e transmitidas aos descendentes, como tradições orais, práticas sociais, rituais e festas, conhecimentos, e o saber-fazer.⁵ Assim,

⁵ Disponível em: <<http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?pg=00002>>. Acesso em: 2 maio, 2014.

além da noção de bens materiais, adicionou-se o que se chama de patrimônio cultural intangível ou imaterial.

Por este motivo, pode-se estratificar a terminologia patrimônio cultural em vários subtipos, como exemplo, patrimônio histórico e patrimônio arqueológico. Antes da amplificação do conceito, patrimônio cultural era entendido como obras de arte físicas, principalmente pintura, escultura e arquitetura. Com o passar do tempo, o conceito passou a incluir aspectos imateriais, como dança, literatura, teatro e música, passando, assim, a fazer parte das ações oficiais em prol da preservação e valorização (BARRETTO, 2007).

No Brasil, na Constituição brasileira de 1988, em seu artigo n.º 216, incluiu-se a ampliação conceitual, constituindo-se como patrimônio cultural os “bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação e à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira” (BRASIL, 1988).

Mais recentemente, o Brasil ratificou o documento da UNESCO sobre a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial, onde:

Entende-se por “patrimônio cultural imaterial” as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas – junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados – que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural (UNESCO, 2003, p.3).

Em suma, podem ser considerados patrimônio cultural, os monumentos, a gastronomia, as crenças, o modo de fazer algum tipo de artesanato, uma obra de arte, entre outros. Mas vale ressaltar que patrimônio não é só aquilo que foi convencionado como patrimônio, é também o que é considerado de valor pelas pessoas, o que é reconhecido por elas como referência de sua cultura e história. Ainda que isso, para outras pessoas ou para o próprio mercado, não tenha valor (IPHAN, 2007).

Nesse sentido, o patrimônio cultural, especialmente o imaterial, é considerado como meio de estimular o sentimento de identidade, pertença, continuidade e responsabilidade, contribuindo para a coesão social, a promoção do respeito à diversidade cultural e a criatividade (UNESCO, 2003; MENDES, 2012).

Com esse objetivo, nos planos pela valorização e preservação do patrimônio, tanto nacionais, geridos pelo IPHAN, como mundiais, pela UNESCO, há propostas de incluir

entidades privadas e a comunidade do local onde se encontra o patrimônio. Por exemplo, nas ações para identificação e definição dos elementos do patrimônio cultural de um lugar. É indicado, inclusive, a participação dos indivíduos criadores, mantenedores e transmissores dos bens patrimoniais, quando possível, associando-os à gestão dos mesmos.

Além do objetivo de que o bem continue a existir, principalmente pelo fortalecimento da identidade, essa integração e cooperação buscam também criar a consciência de que “se explore o potencial desse bem cultural através de atividades que contribuam para o desenvolvimento da região e para a melhoria da vida das pessoas” (IPHAN, 2007, p.25).

Uma das atividades que, relacionando-se intimamente com os bens culturais, pode contribuir para esse objetivo é o turismo, mais especificamente o turismo cultural. De acordo com o Ministério do Turismo (2010), este segmento compreende as atividades turísticas 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.

Barretto (2007, p.87) conceitua o turismo cultural como sendo “todo turismo no qual o principal atrativo não é a natureza, mas um aspecto da cultura humana, que pode ser a história, o cotidiano, o artesanato ou qualquer dos aspectos abrangidos pelo conceito de cultura”. Assim, as características do turismo cultural não se expressam pela viagem em si, mas por suas motivações, cuja base está na disposição e no esforço de conhecer, pesquisar e analisar dados, obras ou fatos, em suas variadas formas de manifestações (ANDRADE, 2004).

Barretto (2007) acrescenta que, algumas vezes, esta atividade pode ser considerada com a denominação *heritage tourism* (turismo patrimonial), por envolver aspectos referentes ao patrimônio histórico e aos monumentos, e ao patrimônio cultural como um todo.

Este tipo de turismo pode envolver diversas atividades que dizem respeito ao patrimônio cultural, como “assistir a espetáculos, apresentações culturais e manifestações folclóricas; visitar sítios e monumentos históricos ou arqueológicos; peregrinações religiosas, conhecer particularidades e compreender hábitos, costumes e tradições de comunidades” (ÁVILA, 2009, p.21).

Portanto, é interessante notar que a viabilidade da relação turismo e cultura, quando bem planejada e estruturada, não depende muito da motivação do turista. Pois em qualquer

viagem, sempre haverá algum aspecto cultural a ser consumido, a ser trocado, mesmo que a cultura em si não tenha sido a motivação principal da viagem. O turista comumente poderá ter contato com o artesanato (nos meios de hospedagem, nas feiras, nos aeroportos), a gastronomia local (seja em restaurantes ou em bares, sofisticados ou não), o modo de vida das pessoas, as paisagens culturais, os festejos, a música.

O fato de o patrimônio histórico poder fortalecer a identidade e o sentimento de pertença acaba por transformá-lo num fator impulsionador na incorporação de lugares, com seus devidos patrimônios à atividade turística.

Quanto a esta possibilidade, no entanto, destinos turísticos, ainda que com potencialidades do seu patrimônio cultural, não têm logrado êxito em promover o turismo cultural de forma adequada. No contexto nacional, ainda não se formou uma consciência do que essas duas áreas – turismo e cultura – podem representar para o desenvolvimento da atividade turística, não havendo aproveitamento dos benefícios dessa união (ÁVILA, 2009). Fato que, provavelmente, é decorrente da tardia preocupação pela valorização e salvaguarda ao patrimônio ocorrida no Brasil, como já mencionado.

Neste processo de tomar o patrimônio cultural como atrativo turístico, para que se alcance o benefício de todos os envolvidos, é necessário entender que uma das etapas para valorizar e promover tal patrimônio, consiste em difundir o conhecimento sobre o mesmo, tendo em vista a grande diversidade cultural do país.

Um dos elementos que é símbolo, herança e patrimônio cultural, formador da identidade de um povo, é a gastronomia. Assim, como outros tipos de patrimônio, a gastronomia é comumente incorporada ao turismo como atrativo. Ela é um dos fatores que diferenciam os povos, uma vez que são formadas através de influências históricas, clima e religião, que são peculiares a cada região.

No Brasil, por exemplo, a formação culinária se deu pela miscigenação das culturas indígena, africana e portuguesa, gerando várias peculiaridades gastronômicas no país, agregando valor a seu patrimônio cultural.

Dos indígenas, herdou-se a cultura alimentar baseada na farinha de mandioca, no feijão, no milho, em frutas, etc. Através dos portugueses, introduziu-se o arroz, a cana-de-açúcar (com o propósito de fabricar açúcar), doces, bolos, outros tipos de frutas, como a

laranja e o melão, entre outros. Os africanos, por sua vez, devido a sua condição de escravo no processo de colonização, deram como contribuição mais significativa a capacidade de adaptar e criar novas receitas, com o que lhes era oferecido, surgindo assim o angu, a feijoada e a cachaça (LEAL, 2005).

Mesmo que tenha sido criada pelos africanos, a cachaça nasceu, de certo modo, da miscigenação dos povos, do modo de vida da época, do saber-fazer passado entre gerações. Resistente até hoje, a cachaça é considerada como herança e bem cultural do povo brasileiro, podendo, portanto, ser instrumento para a valorização do patrimônio nacional e para o uso como atrativo/produto da atividade turística. Assim, será o objeto de estudo deste trabalho, de modo a evidenciar o valor simbólico que a gastronomia agrega ao patrimônio cultural nacional.

História e compreensão sobre os usos e práticas que envolvem a cachaça

A história da cachaça tem início que se confunde com a formação histórica brasileira, pois juntamente com a chegada dos portugueses nas terras que futuramente viriam a ser o Brasil, chegaram as primeiras mudas de cana-de-açúcar. O principal objetivo era a produção do açúcar, produto de grande valor, de difícil aquisição na Europa e que despontava na preferência dos nobres europeus.

Por ser muito valorizado pelos portugueses, e por estes possuírem tecnologia e capital necessários para sua produção, procuram as melhores terras dentro de suas colônias para o cultivo da espécie. Não imaginaram, porém, que a partir dos engenhos de açúcar instalados no Brasil viria a dar-se origem a um dos melhores e mais apreciados destilados do mundo: a cachaça. Vale ressaltar que essa produção de açúcar só foi intensificada no Brasil Colônia, aproximadamente trinta anos após o descobrimento, já que essa produção era sustentada pela mão de obra escrava (RIBEIRO, 2000).

As primeiras mudas de cana-de-açúcar que chegaram ao Brasil eram provenientes das colônias portuguesas na África, principalmente da Ilha da Madeira e do arquipélago do Açores (CÂMARA, 2004). Com elas veio também a mão de obra escrava, que já era usada no

cultivo da cana-de-açúcar e na fabricação de um aguardente conhecido como “bagaceira”.⁶ A técnica usada nessa produção seria importante para a futura produção da cachaça.

No período colonial, o Brasil foi dividido em capitânicas, destacando-se três delas na produção de açúcar: Rio de Janeiro, Pernambuco e Bahia. Posteriormente, estas seriam as pioneiras na produção da cachaça, juntando-se a elas, a capitania de Minas Gerais.

O surgimento da cachaça ocorreu por acaso, pois, no processo de fabricação do açúcar, fervia-se uma garapa e dessa fervura surgia uma espuma que era rejeitada e colocada nas cocheiras dos animais, servindo de alimento para os mesmos. Como essa garapa ficava ali exposta, acabava fermentando-se. E então, os escravos passaram a perceber que após o consumo da garapa pelos animais, estes ficavam mais agitados. Assim, como sua alimentação não era de boa qualidade, os escravos passaram a incluir também aquela garapa azeda em seu cardápio. Com isso, os negros passaram a trabalhar mais dispostos e não sentiam tanto a ausência de uma boa alimentação, suportando com mais facilidade o cansaço e os maus tratos por parte de seus senhores.

E por essa ser imundícia vai pelas bordas das caldeiras bem ladrilhadas fora da casa, por um cano bem enterrado, que a recebe por uma bica de pau, e serve para as bestas, cabras, ovelhas e porcos; e em algumas partes também os bois a lambem; porque tudo é doce, e ainda que imundo, deleita (CASCUDO, 2006, p.17).

Os índios já possuíam uma bebida que causava essas sensações, porém os negros não a apreciavam muito, tendo em vista que seus métodos de produção eram de expelir saliva dentro de um recipiente para ajudar na fermentação da matéria prima. Existia também o fato de que os escravos produziam em seus países de origem uma bebida à base de palmeira, sendo esta mais parecida com a garapa da cana-de-açúcar.

Os senhores de engenho (portugueses) passaram a perceber esse aumento de produtividade e a motivação com que os negros começavam a trabalhar, e logo associaram com o consumo da “cagassa”,⁷ como inicialmente foi chamada a garapa. Como em Portugal já se conhecia as técnicas de destilação, pois produziam a bagaceira, passaram a destilar o mosto fermentado da cana-de-açúcar. Mais tarde, a bagaceira viria a ser chamada pelos primeiros

⁶ Aguardente de origem portuguesa produzida através da garapa da uva que sobrava da produção do vinho.

⁷ Espuma grossa que se forma na primeira fervura do caldo de cana na produção do açúcar.

brasileiros de “aguardente do reino”, diferenciando da “aguardente da terra”, que seria a cachaça.

Não se sabe ao certo de que eram feitos os primeiros alambiques,⁸ mas é provável que eles fossem de cobre, baseando-se na ideia que os portugueses já possuíam esse tipo de mecanismo. Mas não se descarta a possibilidade de existência de alambiques de barro, como até hoje existem os alambiques clandestinos, podendo ter sido uma saída por parte dos escravos, para o consumo (CÂMARA, 2004).

Ao certo é que onde existia um engenho, passou-se a figurar ao lado um alambique. Esses alambiques foram ganhando espaço até que deixaram de ser coadjuvantes e passaram a ser protagonistas da economia local, já que houve um declínio do açúcar decorrente de fatores como a diminuição do consumo na Europa e a concorrência com as Antilhas.

Durante esse período de transição, que durou por volta de cem anos, até iniciar o ciclo do ouro, a cachaça sustentou o braço escravo, servindo como moeda de troca para a alimentação da colônia. Sustentou também o tráfico negreiro, gerando muito mais lucro que antes, pois ao invés de os navios partirem vazios para a África, gerando somente despesas, eles saíam carregados de cachaça, sendo comercializada lá pela venda ou troca por escravos. Assim, os navios voltavam carregados de negros, tornando-se um negócio muito mais lucrativo para a Coroa Portuguesa.

A Coroa permitia a cada senhor de engenho importar 120 “peças”, mas nunca foi limitado seu direito de comprar negros trazidos ao mercado de escravos. Com base nessa legalidade, os concessionários reais do tráfico negreiro tiveram um dos negócios mais sólidos da colônia, que duraria três séculos, permitindo-lhes trasladar [...] [muitos] africanos ao Brasil (RIBEIRO, 2000, p.161).

Com a introdução da cachaça no continente africano, seus habitantes passaram a consumi-la e deixaram de consumir as bebidas portuguesas. Surgiu, portanto, um mal estar entre a metrópole e suas colônias, pois significava que as mesmas poderiam estar ganhando força, o que prejudicaria para os negócios da coroa, configurando-se um tipo de concorrência com as bebidas europeias.

⁸ Equipamento usado na destilação de bebidas, formado por uma caldeira conectada a uma serpentina de resfriamento ao fundo, da qual se recolhe o destilado.

Portugal não permitia que o Brasil tivesse uma indústria, muito menos um mercado interno. Assim, a fabricação da cachaça foi por muitas vezes proibida, na maioria das vezes sem êxito, pois a bebida já tinha certa aceitabilidade da população local. Observado a falta de efeito da proibição, em determinado período foi ordenado a destruição de todos os alambiques existentes no Rio de Janeiro, região que já despontava como principal produtor de cachaça. Daí surgiu a primeira, e uma das mais fervorosas revoltas relacionadas à produção da cachaça, que ficou conhecida como “revolta da cachaça”.

Posteriormente, aconteceram outros conflitos na Bahia e em Minas Gerais respectivamente. E foi justamente em Minas Gerais que aconteceu a “revolta da pinga”.

Nos séculos XVII e XVIII, a chamada Revolta da Pinga foi um dos muitos movimentos nativistas mais interessados em combater a cobrança exagerada de impostos do que lutar pela independência. Ela ocorreu na vila de Pitangui, em Minas Gerais, contra a taxaço do comércio da cachaça. Em janeiro de 1720, uma tentativa do governo de regulamentar o comércio gerou um levante popular. As respostas das forças do governo foram imediatas: ao todo, quinhentos homens foram arregimentados para combater os revoltosos. Após duros combates, as tropas rebeldes foram vencidas e para escapar das perseguições embrenharam-se pelo interior de Goiás (TRINDADE, 2006, p. 42).

Depois de sucessivas revoltas, o governo português permitiu a produção da cachaça, mas conseguindo uma forma de beneficiar-se. A solução foi taxar a produção e a comercialização, liberando a exportação e colocando impostos tanto na saída quanto na chegada dos navios ao destino, já que eram para as próprias colônias. Com essa manobra, ou desestabilizavam a produção, tendo em vista que os impostos eram excessivos e muitas vezes ficavam inviáveis o escoamento do produto, ou tinham um lucro excessivo em cima da cachaça, agindo desse modo de forma legal. No entanto, essas medidas não foram suficientes para evitar novas revoltas.

Mesmo com todas essas revoltas, o consumo da cachaça não deixou de existir, e a qualidade do produto de algumas localidades destacou-se tanto que até o próprio nome da cidade passou a ser sinônimo da boa cachaça, como é o caso da cidade de Parati no Estado do Rio de Janeiro e posteriormente a cidade de Salinas, no Estado de Minas Gerais.

Com o declínio do ciclo do açúcar, começou a serem descoberta as primeiras minas de metais preciosos na região de Minas Gerais, atraindo muitos exploradores para aquela área,

como também deslocando o foco econômico, do litoral, onde era produzido o açúcar, para o interior, onde se começava a exploração do ouro. A cachaça, por sua vez, acompanhou esse processo de perto, já fazendo parte do segundo ciclo econômico do Brasil, que era justamente o ciclo do ouro.

Assim, foram surgindo os primeiros caminhos para as minas, e uma dessas estradas teve uma significativa popularidade, devido à necessidade do governo em acompanhar de perto o desenvolvimento dessa nova atividade. Para o governo ter o controle de toda produção e escoamento do ouro das minas recém-descobertas, foi criado o caminho do ouro, oficialmente chamada de Estrada Real, que ligava Parati a Diamantina, no interior de Minas Gerais (TRINDADE, 2006).

Nessa estrada era cobrado um pedágio, não só da produção, mas também de animais e pessoas. Novamente estava a cachaça exercendo um papel importante, servindo como pagamento em alguns pontos da estrada, além de sustentar mais uma vez a mão de obra escrava e a força animal através de sua matéria prima, ou seja, a cana-de-açúcar.

O estado de Minas Gerais passou a ter a necessidade de produzir sua própria cachaça, para poder suprir o consumo da população, tornando-se um dos maiores produtores de cachaça artesanal do Brasil.

Com a criação da Estrada Real, algumas cidades foram beneficiadas, como Parati, pois bem antes das descobertas das minas, ela já vinha se destacando na produção de cachaça, e com isso passou a ser o maior exportador da bebida para o interior do país.

O transporte da cachaça era realizado em tonéis de madeira amarrados em lombos de animais. Mas como a viagem era longa, cerca de três meses, a bebida chegava ao destino um pouco modificada, devido ao sabor e ao aroma da madeira, que eram incorporados pelo líquido (CÂMARA, 2004). Acredita-se que assim surgiu involuntariamente a ideia de envelhecimento, pois as pessoas passaram a gostar daquela cachaça transformada e começaram a desenvolver novas técnicas de armazenamento. Desta forma, deu-se origem às primeiras cachaças artesanais envelhecidas de Minas Gerais.

Aos poucos a cachaça foi ganhando espaço não só geográfico, tendo em vista que o interior e o litoral já produziam, mas também espaço no costume e na tradição dos brasileiros.

Em Minas Gerais, a produção foi levada tão a sério que se tornou uma indústria familiar, cuja arte era passada de pai para filho, sempre mantendo a receita da família.

A produção da cachaça passou a ser sinônimo de *status* em Minas Gerais: quem era dono de alambique era considerado da alta sociedade. A admiração e respeito pela indústria da cachaça em Minas podem ser comprovados com o fato de que, em tempos mais contemporâneos, o próprio pagamento dos funcionários de alguns alambiques era feitos com garrafas de cachaça, e não por imposição do patrão, e sim a pedido dos próprios empregados, servindo mais uma vez como moeda de troca (TRINDADE, 2006).

Sendo assim, a cachaça foi identificada como símbolo da identidade brasileira. Pouco antes da independência, alinhando com o esforço que o país fazia para se libertar do domínio português, o ato de não beber o vinho produzido na metrópole era uma forma de afirmação da autonomia (TRINDADE, 2006).

Vale salientar que todos os estereótipos em torno da cachaça são relacionados às classes sociais mais baixas. As pessoas das classes médias e altas também tinham o hábito de degustarem, embora que de maneira mais comedida, onde alguns não admitiam que fossem apreciadores da bebida. Desta forma, os adjetivos foram modificados, passando a existir uma diferenciação dos termos atribuídos a cachaça entre as classes sociais.

A partir do momento em que a elite passou a consumir a cachaça, tudo se modificou, assim, uma “chamada de cana” em uma mesa “chique” passou a se chamar de aperitivo; um “pifão”, atribuído a um pobre quando está embriagado, é chamado de intoxicação etílica; uma “lapada de cachaça” antes de começar uma prosa, chamou-se de abrideira. E assim, foi-se tentando esconder de sua própria identidade.

Percebe-se que em muitos versos que envolvem o universo da cachaça terminam em *Brasil, povo brasileiro, terra brasileira*, entre outros. Mostrando, assim, que o brasileiro verdadeiramente incorporou a cachaça como um dos elementos de seu patrimônio cultural.

Programas de desenvolvimento da produção de cana-de-açúcar

A partir do final da década de 1980 e início da década de 1990, foram lançados vários programas com a intenção de valorizar a cachaça e, conseqüentemente, estimular sua produção e exportação.

Em 1997 a produção nacional de cachaça tem sido levada mais a sério, com a implantação do Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Aguardente de Cana, Caninha ou Cachaça (PBDAC). A tradicional bebida brasileira também recebe apoio da Associação Brasileira de Indústria de bebidas (Abrabe); do programa Especial de Exportações (PEE); da Agência de Promoção das Exportações (Apex); da Federação das Associações de Produtores da Cachaça de Alambique (FENACA) e do Programa de Novos Polos de Exportação (PNPE) (SILVA, 2006, p. 36).

Deve-se evidenciar as iniciativas das diversas regiões produtoras de cachaça, no que se refere a todo esse suporte técnico e comercial, principalmente o estado de Minas Gerais, pioneira na produção artesanal da cachaça envelhecida e na busca de melhorias para o setor, através do apoio de instituições públicas e privadas, como o Instituto de Desenvolvimento de Minas Gerais (INDI). O principal objetivo deste órgão era despertar o interesse de investidores nacionais e estrangeiros para as vantagens comparativas que o estado tinha em relação a outras regiões do país, onde se detectou a potencialidade da produção de cachaça através de vários estudos realizados em meados dos anos 1990. Além disso, tem-se os financiamentos de vários projetos relativos ao incentivo da produção, tendo como um de seus principais parceiros o Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais (BDMG) (SILVA, 2006).

Surgindo em 1988, a Associação Mineira de Produtores de Aguardente de Qualidade estimulou ainda mais essa produção, com lançamento de selos de qualidade, programas de incentivo, cursos de mestres alambiqueiros, jornal de notícias sobre o tema, e workshops. Ou seja, Minas Gerais deu o pontapé inicial para o surgimento de várias associações e cooperativas de produtores de cachaça em outros estados.

Segundo dados da Associação Brasileira de Bebidas (ABRABE), a cachaça tem apresentado um crescimento no mercado internacional, sendo o terceiro destilado mais consumido no mundo. A bebida também ocupa lugar de destaque no mercado nacional de bebidas, onde o volume corresponde a 50% do volume do segmento de destilados. É o

segundo maior mercado de bebidas alcoólicas do Brasil, atrás apenas da cerveja. O faturamento do setor alcançou R\$5,95 bilhões em 2013, quando foram produzidos 511,54 milhões de litros da bebida, de acordo com o Sistema de Controle da Produção de Bebidas da Receita Federal, responsável por controlar a produção das principais empresas formais do setor (ABRABE, 2014).

Os produtores de cachaça conseguiram várias melhorias no que diz respeito à atividade, tendo como uma das mais importantes os decretos de lei, assinados pelo então presidente Fernando Henrique Cardoso. Essa legislação definiu e regulamentou, de forma clara e objetiva, o que é a cachaça:

Aguardente de cana é a bebida com a graduação alcoólica de trinta e oito a cinquenta e quatro por cento em volume, a vinte graus Celsius, obtida de destilado alcoólico simples de cana-de-açúcar, podendo ser adicionada de açúcares até seis gramas por litro (Art. 91 da Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas, na redação dada pelo decreto nº 4.851, de 2.10.2003).

E com a finalidade de proteger o nome “cachaça”, que é uma das marcas da identidade brasileira, dispõe-se no artigo nº 92:

Cachaça é a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, com graduação alcoólica de trinta e oito a quarenta e oito por cento em volume, a vinte graus Celsius, obtida pela destilação do mosto fermentado da cana-de-açúcar com características sensoriais peculiares, podendo ser adicionado de açúcares até seis gramas por litro, expressos em sacarose (CÂMARA, 2004, p. 28).

Ainda no artigo nº 92, o parágrafo segundo refere-se à cachaça envelhecida, uma derivação da cachaça: “Será denominada cachaça envelhecida, a bebida que contiver no mínimo cinquenta por cento de aguardente de cana envelhecida, por um período não inferior a um ano, podendo ser adicionada de caramelo para a correção da cor” (CÂMARA, 2004, p. 29).

Em decorrência de todas essas iniciativas, algumas regiões produtoras já se destacam no cenário nacional pela qualidade. A produção de cachaça se estende praticamente por todo território nacional. Entretanto, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Minas Gerais, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo estão em

maior evidência, justamente por ter essa preocupação em melhorar a imagem e qualidade do produto no mercado nacional e internacional.

Algumas cachaças artesanais já possuem o selo de Indicação Geográfica (IG) implantado, como é o caso das cachaças produzidas nas cidades de Paraty no Estado do Rio de Janeiro e Salinas no Estado de Minas Gerais (Figura 1).

Sendo um patrimônio cultural, a cachaça, assim como todos os processos de saber-fazer e costumes envolvidos, são elementos que diferenciam o Brasil de outros lugares. Deste modo, seguindo o pensamento de Ávila (2009), este patrimônio pode propiciar a singularidade e a identidade de um povo, sendo fator de atratividade no turismo.

Por este motivo, a partir da valorização e identificação geográfica, tornando a cachaça oficialmente uma bebida brasileira, surgem grandes oportunidades de negócios para os proprietários de engenhos e alambiques de todo o Brasil. Uma delas diz respeito ao segmento do turismo cultural, agregando valores a esses locais, ampliando os negócios e gerando empregos. Esse tipo de atividade pode ser observado em algumas fazendas onde a pecuária encontra-se em processo de decadência. Assim, a mão de obra antes utilizada nessa atividade, foi transferida para a produção artesanal da cachaça e para a oferta de serviços turísticos.



Figura 1 - Selo de indicação geográfica concedido pelo instituto nacional da propriedade industrial (INPI).

Fonte: www.mapadacachaca.com.br

Diante deste potencial, regiões que já vinham se destacando na produção de excelência tomaram iniciativa também na produção de roteiros turísticos culturais que envolvem a cachaça. Por exemplo, já é comum os circuitos da cachaça nos estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraíba e Paraná. Há também os museus temáticos da bebida, como o Museu da Cachaça Ypióca, que oferece aos visitantes uma estrutura para ver materiais usados no processo de fabricação da cachaça, além de peças antigas que contam a história da cachaça (Figuras 2 e 3). Além desse, há o Museu da Cachaça Douradinha, ambos no estado do Ceará, o Museu da Cachaça de Lagoa do Carro, em Pernambuco, o Museu da Cachaça de Salinas, em Minas Gerais, e o Museu da Cachaça de Paty do Alferes, no estado do Rio de Janeiro.

A relação entre turismo e cachaça deve ser feita de forma bem planejada e organizada, podendo assim contribuir para a difusão da história e da cultura brasileira, como também para o uso de espaços, geração de emprego, ligados à produção nos alambiques e aos segmentos de gastronomia, hotelaria e lazer.

Para não gerar efeitos como degradação ambiental e má distribuição dos benefícios econômicos, que são causados principalmente pela deficiência em políticas adequadas, é preciso que haja “uma integração com as políticas nacionais de desenvolvimento e distribuição das riquezas, e com a infra-estrutura preexistente” (BARRETTO, 2007, p.26). Nesse sentido, o Brasil, com suas muitas singularidades – incluindo a cachaça – não pode generalizar a relação entre turismo e cultura, devendo, portanto, tratar tal relação de forma particular, considerando a história, as comunidades e a própria cultura.



Figura 2 - Tonel de madeira usado para envelhecimento da cachaça. Fonte: www.ypioca.com.br



Figura 3 - Museu da Cachaça Ypióca/CE. Fonte: www.ypioca.com.br

Deve-se buscar a peculiaridade no processo de inserção da cachaça em roteiros turísticos, tendo a possibilidade de destacar seus valores simbólicos, culturais, econômicos e sociais. Assim como, enfatizar a relação da produção da cachaça com a formatação desses roteiros, analisando sua viabilidade, havendo a participação de especialistas e público voltado para o segmento. Desta forma, apresentar-se-ia, no contexto socioeconômico, o uso da cachaça como mais um produto turístico cultural brasileiro.

Considerações finais

A valorização do patrimônio cultural de um povo não está somente na manifestação da cultura em si, mas está também na riqueza de conhecimentos, práticas e valores que é transmitida de geração a geração. A valorização e preservação desse patrimônio podem ser relevantes para grupos territoriais de pequena e grande escala, podendo envolver desde comunidades locais até um país com dimensões continentais, como o Brasil. Uma das formas de fazer tal uso do patrimônio cultural é combinando-o ao turismo, surgindo, assim, a atividade denominada de turismo cultural.

No contexto brasileiro, a diversidade de símbolos culturais, envolta no processo de globalização tem sido tendenciada a não receber devida atenção e valor. Considerando que cada elemento do patrimônio do país merece ser estudado, a fim de despertar o interesse e consciência por sua valorização, decidiu-se, neste trabalho, refletir acerca do papel da cachaça como patrimônio cultural do país.

O fato de ser uma bebida muitas vezes discriminada, provavelmente por ter surgido no cotidiano dos negros e dos pobres, dificulta tal processo. Por outro lado, o fato dela continuar sendo a bebida mais popular do país prova sua força enquanto patrimônio e um dos principais componentes da identidade brasileira, sobretudo quando se trata dos aspectos gastronômicos.

Passando por diversos processos de desenvolvimento em toda sua estreita relação com a história do Brasil, a cachaça tem sido presente no dia a dia da cultura brasileira, chegando a ser usada como um atrativo turístico cultural. Já se percebe algumas ações, embora pontuais, mas que demonstram a preocupação de apresentar ao turista a história, os usos e costumes do

Brasil, como a criação de festivais e de roteiros temáticos em engenhos, assim como a visitação a museus da cachaça, como apontado no estado do Ceará.

Essas ações, ainda que tímidas, dão mais força ao processo de fazer com que o próprio brasileiro e o turista estrangeiro consigam interpretar os aspectos culturais do país através da releitura dos mesmos, entendendo o papel econômico, social e simbólico que a cachaça teve e ainda representa.

No entanto, é preciso que essas ações se fortaleçam, para que o patrimônio cultural seja efetivamente instrumento de desenvolvimento da atividade turística. Não se esquecendo da integração social, numa inclusão da comunidade local (detentora de saberes e de costumes relacionados à cachaça), de empresas privadas, do setor público e do terceiro setor.

A valorização da cachaça como patrimônio, e seguidamente como atrativo turístico, precisa começar com o conhecimento de seu próprio povo criador a respeito dela. Já que, como afirmou Câmara (2004, p.134), “só se ama e se pratica o que se conhece”. Conscientizar-se de que se é herdeiro, tendo uma consciência histórica, é um grande passo que o Brasil deve dar. É preciso que o povo brasileiro reconheça que aquilo o que ele é, deve-o a seu passado, a suas origens. E para conhecer a si mesmo, é preciso que olhe primeiramente para o passado, para assim construir da melhor forma possível um caminho alternativo para se chegar ao desenvolvimento pautado nos aspectos locais e regionais.

Referências

ANDRADE, J. V. **Turismo: Fundamentos e dimensões**. 8. ed. São Paulo: Ática, 2004.

ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 6. ed. São Paulo: Atlas. 2003.

AVILA, M. A. Política e Planejamento em Cultura e Turismo: reflexões, conceitos e sustentabilidade. In: _____. (Org.) **Política e planejamento em cultura e turismo**. Ilhéus: Editus, 2009. Cap. 1, p. 15-37.

BARRETTO, M. La delicada tarea de planificar turismo cultural: Un estudio de caso con la “germanidad” de la ciudad de Blumenau – SC (Brasil). **Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, Santa Cruz de Tenerife, v. 1, n.2, p. 51-63, 2003.

_____. **Cultura e Turismo: discussões contemporâneas**. Campinas: Papirus, 2007.

- BARQUERO, A. (Orgs.) **Transformaciones globales, Instituciones y Políticas de desarrollo local**. Editorial Homo Sapiens, Rosario. 2001.
- BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Promulgada em 5 de outubro de 1988, Brasil. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: 30 mar. 2014.
- CÂMARA, M. **Cachaça: prazer brasileiro**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.
- CASCUDO, L. C. **Prelúdio da Cachaça**. São Paulo: Global, 2006.
- CHUVA, M. R. R. **Os arquitetos da memória: a construção do patrimônio histórico e artístico Nacional no Brasil, nos anos (1930-1940)**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.
- COELHO, T. **A cultura e seu contrário: cultura, arte e política pós-2001**. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2008.
- DENCKER, A. F.M. **Pesquisa em turismo**. 9. ed. São Paulo: Futura, 2007.
- FONSECA, M. C. L. **O Patrimônio em processo: trajetória da política federal de preservação no Brasil**. 3. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.
- FUNARI, P.P; PINSKY, J. (Orgs.). **Turismo e Patrimônio cultural**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2003.
- INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN). **Patrimônio cultural imaterial: para saber mais**. Brasília, DF: IPHAN, 2007.
- INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN). **Dicionário IPHAN de patrimônio cultural**. Rio de Janeiro: IPHAN, COPEDOC, 2008.
- LARAIA, R. B. **Cultura: um conceito antropológico**. 14. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- LEAL, J. Agitar antes de usar: A antropologia e o patrimônio cultural imaterial. **Revista Memória em Rede**. Pelotas, RS, v. 3, n. 9, p.1-16, Jul./Dez. 2013.
- LEAL, M. L. M. S. **A história da gastronomia**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2005.
- LONDRES, C. Patrimônio Imaterial. **Revista Tempo Brasileiro**, n. 147, p. 69-78, Out./Dez. Rio de Janeiro. 2001.
- MAZARO, R. A. A cachaça no Brasil e a hospitalidade. In: **X Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste – SIPEC**, Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: <<http://www.resposcom.portcom.intercom.org.br/handle/1904/19642>>. Acesso em: 2 maio, 2008.

MENDES, A. R. **O que é Patrimônio Cultural**. Portugal: Gente Singular Editora, 2012.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). **Cultura e turismo** - Caminhos do Futuro. Ed. rev. e ampl. São Paulo: IPSIS, 2007.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). **Turismo Cultural**: orientações básicas. 3.ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA [UNESCO]. **Convenção para a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial**. Paris. 2003.

PELLEGRINI FILHO, A. **Ecologia, cultura e turismo**. 2.ed. Campinas: Papyrus, 1997.

RIBEIRO, D. **O Povo Brasileiro**: a formação e o sentido do Brasil . 2.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

RODRIGUES, L. R. Expansão da exportação de cachaça brasileira: uma nova oportunidade de negócios internacionais. In **XI Encontro Latino Americano de Iniciação Científica**. Universidade do Vale do Paraíba. 2007. Disponível em: <http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2007/trabalhos/sociais/epg/EPG00103_08C.pdf>. Acesso em: 15 maio, 2014.

RODRIGUES, M. Preservar e consumir: o patrimônio histórico e o turismo. In: FUNARI, P. P.; PINSKY, J. **Turismo e patrimônio cultural**. 3.ed. São Paulo: Contexto, 2003.

SIMÕES, O. **Enoturismo em Portugal**: as Rotas de Vinho. [s.l.], 2014. Disponível em: <http://www.pasosonline.org/Publicados/6208special/PS0208_9.pdf>. Acesso em: 13 maio, 2014.

SILVA, J. M. **Cachaça**: o mais brasileiro dos prazeres. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006.

TRINDADE, A. G. **Cachaça**: um amor brasileiro. São Paulo: Melhoramentos, 2006.

TORRES, V. Aguardentismo e folclore. **Jangada Brasil**. Rio de Janeiro, v. 5, n. 49, Set., 2002. Disponível em: <<http://www.jangadabrasil.com.br/setembro49/especial12.htm>>. Acesso em: 2 maio, 2014.

Referências Eletrônicas

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BEBIDAS. Disponível em: <<http://www.abrabe.org.br>>. Acesso em: 15 maio, 2014.

ASSOCIAÇÃO MINEIRA DOS PRODUTORES DE CACHAÇA DE QUALIDADE. Disponível em: <<http://www.ampaq.com.br/>>. Acesso em: 15 maio, 2014.

INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DE MINAS GERAIS. Disponível em: <<http://www.indi.mg.gov.br>>. Acesso em: 15 maio, 2014.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA [UNESCO]. Disponível em: <<http://whc.unesco.org/en/about/>>. Acesso em: 2 maio, 2014.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA [UNESCO]. Disponível em: <<http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=en&pg=00002>>. Acesso em: 2 maio, 2014.

Recebido em janeiro de 2015.

Aprovado em abril de 2015.