



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO**

JOSÉ DA PAZ DANTAS

**TRÔPEGOS CAMINHOS: UM ESTUDO COMPARATIVO SOBRE A ROTA DA
CACHAÇA POTIGUAR NO RIO GRANDE DO NORTE/BRASIL E A ROTA DA
AGUARDENTE PORTUGUESA NO VALE DO DOURO/PORTUGAL**

**NATAL/RN
2022**

JOSÉ DA PAZ DANTAS

**TRÔPEGOS CAMINHOS: UM ESTUDO COMPARATIVO SOBRE A ROTA DA
CACHAÇA POTIGUAR NO RIO GRANDE DO NORTE/BRASIL E A ROTA DA
AGUARDENTE PORTUGUESA NO VALE DO DOURO/PORTUGAL**

Tese de Doutorado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em Turismo
da Universidade Federal do Rio Grande
do Norte, como requisito final para a
obtenção do título de Doutor em Turismo.

Orientadora: Maria Lúcia Bastos Alves,
Dra.

**NATAL/RN
2022**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN
Sistema de Bibliotecas - SISBI
Catalogação de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro Ciências Sociais Aplicadas - CCSA

Dantas, José da Paz.

Trôpegos caminhos: um estudo comparativo sobre a rota da
cachaça potiguar no Rio Grande do Norte/Brasil e a rota da
aguardente portuguesa no Vale do Douro/Portugal / José da Paz
Dantas. - 2022.

123f.: il.

Tese (Doutorado em Turismo) - Universidade Federal do Rio
Grande do Norte, Centro Ciências Sociais Aplicadas. Programa de
Pós-Graduação em Turismo. Natal, RN, 2022.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Lúcia Bastos Alves.

1. Cachaça potiguar - Potencial turístico - Tese. 2.
Aguardente - Tese. 3. Rio Grande do Norte - Tese. 4. Portugal -
Tese. 5. Patrimônio Cultural - Tese. I. Alves, Maria Lúcia
Bastos. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III.
Título.

RN/UF/Biblioteca CCSA

CDU 338.48-6:663.543

TRÔPEGOS CAMINHOS: UM ESTUDO COMPARATIVO SOBRE A ROTA DA CACHAÇA POTIGUAR NO RIO GRANDE DO NORTE/BRASIL E A ROTA DA AGUARDENTE PORTUGUESA NO VALE DO DOURO/PORTUGAL

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito final para a obtenção do título de Doutor em Turismo.

Natal/RN, 26 de setembro de 2022.

BANCA EXAMINADORA:

Maria Lúcia Bastos Alves

Profa. Dra. - Universidade Federal do Rio Grande do Norte
(Presidente e Orientadora)

Almir Félix Batista de Oliveira

Prof. Dr. - Universidade Federal do Rio Grande do Norte
(Examinador Externo)

Joel Carlos de Souza Andrade

Prof. Dr. - Universidade Federal do Rio Grande do Norte
(Examinador Externo)

Cláudia Cristina do Lago Borges

Profa. Dra. Universidade Federal da Paraíba
(Examinador Externo)

Jean Henrique Costa

Prof. Dr. - Universidade do Estado do Rio Grande do Norte
(Examinador Externo)

Dantas, José da Paz. (2022) **Trôpegos caminhos:** Um estudo comparativo sobre a Rota da Cachaça Potiguar no Rio Grande do Norte/Brasil e a Rota da Aguardente Portuguesa no Vale do Douro/Portugal 2022. 119p. (Doutorado em Turismo) – Universidade federal do Rio Grande do Norte. Natal/RN.

RESUMO

O objetivo desta tese é apresentar um estudo sobre o valor simbólico da cachaça enquanto patrimônio e sua relação com as atividades turísticas no estado do Rio Grande do Norte/Brasil e na região do Vale do Douro/Portugal - onde as rotas do vinho já são consolidadas. Apoiado em estudos históricos relacionados ao setor turístico, especialmente no que diz respeito à gastronomia, cachaça brasileira e aguardente portuguesa, a contribuir para a construção de identidades, ao tecer relações sociais, políticas e econômicas, é considerada como um produto turístico capaz de proporcionar novos destinos. No caso brasileiro, a “Rota da Cachaça Potiguar” contemplou 5 (cinco) alambiques localizados nas regiões Leste Potiguar e Seridó, quais sejam: Engenho Mucambo, Engenho Extrema, Alambique Samanaú, Engenho Papary e Alambique Beira Rio. No caso português, baseado em pesquisa da Universidade de Lisboa, foram selecionados 5 (cinco) pontos de visita que fazem parte da “Rota dos Vinhos do Douro”. Dessa forma, foi necessário considerar a trajetória dos alambiques, períodos de maiores produções e inserção no mercado turístico. Tratou-se, portanto, de um estudo comparativo entre duas rotas distintas, com realização de levantamentos documentais e observações em visitas de campo, possuindo abordagem qualiquantitativa com caráter descritivo e exploratório, contemplando articulações entre patrimônio, identidade e turismo. Espera-se que a presente tese possa colaborar para a construção de um conhecimento sobre a temática em tela, a partir da perspectiva de que foram analisadas as rotas, as quais podem fomentar o desenvolvimento e diversificação na oferta de serviços turísticos oferecidos por produtores, cachaceiros, agentes de viagens e demais setores, direta e indiretamente, relacionados com a implementação da atividade turística. Outrossim, este estudo trouxe novas discussões e sugestões estratégicas para uma melhor realização da gestão das referidas rotas.

Palavras-chave: Cachaça. Aguardente. Rio Grande do Norte. Portugal. Patrimônio Cultural.

Dantas, José da Paz. (2022) **Stumbling paths**: A comparative study on the Cachaça Potiguar Route in Rio Grande do Norte/Brazil and the Portuguese Aguardente Route in the Douro Valley/Portugal. 2022. 119p. (PhD in Tourism) - Federal University of Rio Grande do Norte. Natal/RN.

ABSTRACT

The objective of this thesis is to present a study on the symbolic value of cachaça as a heritage and its relationship with tourist activities in the state of Rio Grande do Norte/Brazil and in the Douro Valley/Portugal region - where the wine routes are already consolidated. Supported by historical studies related to the tourism sector, especially with regard to gastronomy, Brazilian cachaça and Portuguese brandy, to contribute to the construction of identities, by weaving social, political and economic relationships, it is considered a tourist product capable of providing new destinations. In the Brazilian case, the “Rota da Cachaça Potiguar” included 5 (five) stills located in the East Potiguar and Seridó regions, namely: Engenho Mucambo, Engenho Extrema, Alambique Samanaú, Engenho Papary and Alambique Beira Rio. In the Portuguese case, based on research by the University of Lisbon, 5 (five) visitation points were selected that are part of the “Rota dos Vinhos do Douro”. Thus, it was necessary to consider the trajectory of the stills, periods of greater production and insertion in the tourist market. It was, therefore, a comparative study between two different routes, with documentary surveys and observations in field visits, having a qualitative approach with a descriptive and exploratory character, contemplating articulations between heritage, identity and tourism. It is hoped that this thesis can collaborate to build knowledge on the subject in question, from the perspective that the routes were analyzed, which can foster the development and diversification in the offer of tourist services offered by producers, cachaceiros, travel agents and other sectors, directly and indirectly, related to the implementation of tourist activity. Furthermore, this study brought new discussions and strategic suggestions for a better management of these routes.

Keywords: Cachaça. Brandy. Large northern river. Portugal. Cultural heritage.

LISTA DE MAPAS, QUADROS E IMAGENS

Mapa 1. Mapa Brasileiro da produção de cachaça	31
Mapa 2. Produção de cachaça artesanal no RN	33
Quadro 1. Quadro metodológico da pesquisa	22
Quadro 2. Elementos do turismo de cachaças	49
Imagem 1. <i>Outdoor</i>	122
Imagem 2. Placa de identificação dos alambiques da Rota	122
Imagem 3. Empresas parceiras da Rota	123

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Identificação do entrevistado	97
Gráfico 2. Escolaridade	98
Gráfico 3. Naturalidade	98
Gráfico 4. Profissão	99
Gráfico 5. Estrutura e porte	99
Gráfico 6. Acessibilidade e sinalização	100
Gráfico 7. Conhecimento antes de visitar um alambique	100
Gráfico 8. Percepção sobre título da “Rota da Cachaça Potiguar”	101
Gráfico 9. Qualidade das cachaças	101
Gráfico 10. Explicações sobre história e produção da cachaça	102
Gráfico 11. Nível de comprometimento com a identidade	102
Gráfico 12. Intenção de direcionamento de produção	103
Gráfico 13. Rota da Cachaça Potiguar como produto turístico	103
Gráfico 14. Cachaça como benefício e bem-estar	104
Gráfico 15. Nível de conhecimento após visita a um alambique	104
Gráfico 16. Cachaça como dependência e malefício	105
Gráfico 17. Relação com a comunidade local	105
Gráfico 18. Público-alvo do alambique	106

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Alto Douro Vinhateiro	13
Figura 2. Descritivo de um dos pacotes oferecidos por Agências	16
Figura 3. Logo da rota da Cachaça Potiguar	18
Figura 4. Engenho Mucambo	37
Figura 5. Alambique Extrema	40
Figura 6. Alambique Samanaú	42
Figura 7. Engenho Papary	44
Figura 8. Organograma de integração dos serviços das rotas	47
Figura 9. Sinalização dos alambiques da Rota da Cachaça potiguar	48
Figura 10. Bebidas produzidas em Portugal	55
Figura 11. Logo da Rota da Aguardente Portuguesa	56
Figura 12. Rota da Aguardente Portuguesa	57
Figura 13. Visita às Caves de Vinho (Vila Nova de Gaia)	61
Figura 14. Quinta da Aveleda – Penafiel	64
Figura 15. Caves Solar de São Domingo – Anadia	66
Figura 16. Caves Solar de São Domingo – Anadia	67
Figura 17. Caves Solar de São Domingo – Anadia	68
Figura 18. Caves Solar de São Domingo – Anadia	69
Figura 19. Caves Solar de São Domingo – Anadia	70
Figura 20. Caves Solar de São Domingo – Anadia	71
Figura 21. Caves Solar de São Domingo – Anadia	72
Figura 22. Quinta das Bágeiras – Sangalhos	73
Figura 23. Quinta das Bágeiras – Sangalhos	74
Figura 24. Quinta das Bágeiras – Sangalhos	75
Figura 25. Adega Cooperativa de Lourinhã	77
Figura 26. Adega Cooperativa de Lourinhã	78
Figura 27. Adega Cooperativa de Lourinhã	80
Figura 28. Adega Cooperativa de Lourinhã	82
Figura 29. Valle Pradinhos	84
Figura 30. Vinho e cachaça	108
Figura 31. Local de Degustação na Cave São domingos	109

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO: um convite ao tema	9
2 VIAJANDO NOS SABORES DO VINHO E DA CACHAÇA	24
3 CONTEXTO POTIGUAR BRASILEIRO	30
3.1 Potencial turístico da cachaça potiguar	30
3.2 Engenho Mucambo	35
3.3 Engenho Extrema	37
3.4 Alambique Samanaú	40
3.5 Engenho Papary	42
3.6 Alambique Beira Rio	50
4 CONTEXTO PORTUGUÊS	53
4.1 Os sabores líquidos do Porto	53
4.2 Rotas da memória portuguesa	62
4.3 Quinta da Aveleda – Penafiel	63
4.4 Caves Solar de São Domingo – Anadia	65
4.5 Quinta das Bágeiras – Sangalhos	73
4.6 Adega Cooperativa de Lourinhã	76
4.7 Valle Pradinhos	83
5 RESULTADOS E DISCUSSÃO: relatos de viagens da pesquisa	85
6 CONSIDERAÇÕES (NÃO) FINAIS	111
REFERÊNCIAS	114
APÊNDICE	118
Apêndice A. Instrumento de coleta de dados	119
ANEXO	121
Anexo A. Imagens	122

1 INTRODUÇÃO: um convite ao tema

A pesquisa em tela estuda sobre um dos símbolos da identidade do povo brasileiro, qual seja: a cachaça. Nos últimos anos, ela vem se destacando no cenário nacional e pode ser utilizada para fomentar a atividade turística, explorando o viés do patrimônio cultural, através de um estudo sobre a roteirização dos alambiques de cachaça artesanal do Rio Grande do Norte e sobre a realidade da região do Douro, em locais de relevância para visitação turística nas duas realidades mencionadas. Diante disso, essa tese apresenta um estudo sobre a cachaça enquanto patrimônio cultural e sua relação com as atividades turísticas nas regiões supramencionadas.

Apoiada em uma discussão a partir dos estudos históricos relacionados ao setor turístico, especialmente ao que diz respeito à gastronomia como um elemento capaz de tecer relações socioeconômicas e políticas. Neste contexto, percebeu-se que era necessário realizar um estudo comparativo entre as duas realidades referidas, escolhidas pelo pesquisador por já ter realizado estudos e visitas técnicas nos dois contextos e por considerar locais com potencialidade de visitação turística a partir das bebidas em questão.

No caso do Nordeste brasileiro, escolheu-se o estado do Rio Grande do Norte, especificamente as regiões Leste Potiguar e Seridó. Como principais cidades produtoras, destacaram-se: Caicó, Nísia Floresta, Goianinha, Parnamirim e Pureza. E como principais marcas, destacam-se: Samanaú, Papary, Mucambo, Maria Boa e Extrema, selecionadas ao considerar sua historicidade bem como produção significativa para o referido estado. Para tal escolha, foi preciso buscar refinar essa seleção, especialmente ao relacionar com fatos históricos, memórias dos proprietários desses estabelecimentos e com a experiência de turistas que já realizaram o roteiro nestes municípios.

Foi necessário, ainda, considerar a trajetória dos alambiques, períodos de maiores produções, inserção no mercado turístico, sinalização, acessibilidade, logística das visitas e relação da produção da bebida com a questão do patrimônio cultural. Realizou-se uma contextualização sobre o que vem sendo pesquisado nas duas regiões já referidas, através de trabalhos realizados na Universidade Federal do Rio Grande do Norte e na Universidade de Coimbra, bem

como foram realizadas visitas *in loco* nas referidas regiões - foram identificados os alambiques ao longo das várias localidades produtoras no estado.

Tratou-se, pois, de um trabalho com a finalidade de caracterizar os alambiques ao longo das várias localidades produtoras das regiões delimitadas; identificar a evolução histórica, estrutura, funcionamento e usos desses alambiques; e, mostrar as formas de relação da riqueza histórica, cultural e patrimonial da produção de cachaça artesanal e aguardente vínica com o turismo através de um roteiro integrado, por meio de levantamentos documentais, observações realizadas em visitas de campo e realização de entrevista e aplicação de questionários para a compreensão sobre a opinião dos turistas que realizaram o roteiro.

A pesquisa tem abordagem qualiquantitativa com caráter descritivo e exploratório, metodologia que permitiu abordar questões em torno das articulações (Dencker, 2007), o que possibilitou a realização de uma análise comparativa entre a Rota da Cachaça Potiguar e a Rota da Aguardente Portuguesa.

Procurou-se compreender a respeito o que cada termo significava, isoladamente, para entender, assim, seu conceito. Com isso, compreendeu-se que a valorização da cachaça como patrimônio e como atrativo turístico precisa ser conhecido pelos nativos, considerando que, de acordo com Cascudo (2004), só é possível amar e praticar o que se conhece.

A cachaça é uma bebida que, há séculos, permeia o cotidiano das camadas populares da sociedade nacional, representando um dos principais produtos que eram comercializados durante o período colonial, servindo como estopim de diversos conflitos em volta de sua tributação e dos privilégios de comercialização, devendo ser estudada de forma profunda (Fernandes, 2004).

Destaca-se, por conseguinte, a cachaça – símbolo de brasilidade – nascida nos tempos coloniais que, apesar de não ser registrada como patrimônio imaterial do Brasil, reunindo pré-requisitos para que seja solicitado o registro, sendo considerada como uma das bebidas que mais sobressaem no cenário internacional, com significativo apelo mercadológico e turístico, com relevância para a manutenção da história dos brasileiros, de conhecimento da cultura e de agregação de valores à comunidade (Silva, 2006). Destaca-se, também, que os processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas que existiam de forma separada, se combinaram para gerar novas estruturas, objetos e práticas com índios e europeus (Canclini, 2008).

Cabe considerar que, ao abranger diversos processos de desenvolvimento, a cachaça tem se feito presente no dia a dia da cultura brasileira. Algumas ações pontuais, como infraestrutura turística – por exemplo, já são perceptíveis por parte dos visitantes, carta das cachaças, quanto à sua história, e seus usos e costumes brasileiros, relacionando-se com a criação de festivais e de roteiros temáticos em engenhos, assim como com a visita a museus da cachaça, como nos estados: Minas Gerais, Rio de Janeiro, Pernambuco, Ceará e Paraíba – e em outros estados do Nordeste como no Rio Grande do Norte, para a produção de cachaça.

Essas ações de fomento à atividade turística, ainda que tímidas, fortalecem o processo de fazer com que os consumidores da cachaça consigam interpretar os aspectos culturais do país e, especificamente, dos estados. No entanto, é preciso que tais ações se fortaleçam, para que a cachaça enquanto patrimônio seja utilizada para o desenvolvimento do turismo, integração social, bem como inclusão da comunidade local (grande detentora de saberes e de costumes relacionados à cachaça), de empresas privadas, do setor público e do terceiro setor.

Em termos históricos, no Brasil, destaca-se a construção, ao longo dos séculos, de um diversificado conjunto de bens culturais (materiais e imateriais) que muito dizem a respeito de sua história e que contribuem para a formação identitária. Neste contexto, os portugueses foram atores fundamentais desse processo de surgimento da aguardente da terra, assim como a cachaça era chamada no “Brasil Colônia”.

A partir de técnicas de destilação já conhecidas em Portugal e suas colônias para a fabricação da bagaceira - bebida feita a partir do rejeito da produção de vinho - é que foi possível conceber a mais nobre bebida brasileira. Destarte, é importante ressaltar que, apesar das duas bebidas, cachaça (açúcar) e aguardente vínica (vinho). A primeira se tornou o principal produto de um país que, coincidentemente, também é a principal bebida, e a segunda ainda segue na “sombra” do vinho.

As expressões, práticas e conhecimentos, transmitidos entre gerações, formam o patrimônio cultural imaterial. Tal patrimônio merece ser reconhecido e preservado por sua capacidade de identificar um povo, pela possibilidade de contribuir para a coesão social e pelo potencial de ser usado para a promoção do

desenvolvimento regional (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, 2003; Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional; 2007; Mendes, 2012).

Uma das formas viáveis para a utilização do patrimônio cultural diz respeito à percepção dos turistas/visitantes desse patrimônio como atrativo turístico, através do turismo cultural - atividade que promove os bens de natureza material e imaterial da cultura.

Considerando que uma das etapas para valorizar e promover o patrimônio cultural consiste em difundir o conhecimento sobre o mesmo, tendo em vista a diversidade cultural do país, entre as quais destacam-se: vestimentas, manifestações religiosas, tradições e gastronomia, cabe aos pesquisadores realizar estudos que mostrem peculiaridades de cada região e que ofereçam alternativas para a construção do desenvolvimento.

Dentre os muitos bens culturais existentes, dá-se destaque aos alambiques que produzem a cachaça artesanal – símbolo de brasilidade – nascida nos tempos coloniais e os vinhedos e quintas, onde inicialmente o vinho era produzido como produto principal e que, hoje, utilizam essa estrutura para a fabricação das aguardentes portuguesas e a interação com turistas.

Com relação a tombamento ou registro da bebida como patrimônio, apenas o Alto Douro Vinhateiro ou Paisagem da Cultura da Vinha da Ilha do Pico são paisagens culturais¹ e estão na lista do património nacional. Neste sentido, a Direção Geral do Património Cultural é o órgão máximo Português responsável pela inventariação (tombamento) do património descreve a região como uma zona representativa da paisagem que configura a vasta região demarcada, sendo a mais antiga região vitícola regulamentada do mundo. Ela reúne uma área superior a 26 (vinte e seis) mil hectares, estendendo-se ao longo do vale do Rio Douro e dos seus afluentes, cercados por montanhas, com características climáticas e físicas singulares.

¹ Toda paisagem que foi modificada pela ação humana.

Figura 1. Alto Douro Vinhateiro.



Fonte: República Portuguesa, 2020.

Em 2001, o Alto Douro Vinhateiro foi inscrito na Lista do Património Mundial, durante a 25ª sessão do Comité do Património Mundial da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, constando na lista dos bens classificados com o grau de "interesse nacional" de Portugal por força do número 7 do artigo 15º da Lei 107 de 08 de setembro de 2001. Além disso, cabe destacar que a área classificada contempla os concelhos de Peso da Régua, Mesão Frio, Vila Real, Alijó, Santa Marta de Penaguião, Carrazeda de Ansiães, Sabrosa, Torre de

Moncorvo, Armamar, Lamego, Tabuaço, Vila Nova de Foz Côa e S. João da Pesqueira, representando 10% da região demarcada. Constitui, pois, uma unidade representativa em termos paisagísticos, com cenários de impacto visual significativo que se desenvolvem próximo ao Rio Douro, bem como possui diversidade de fauna e de flora conseguida através da união entre características mediterrâneas e típicas da região, com destaque para invernos frios e rigorosos e verões com temperaturas que assumem valores elevados. A estas condições naturais, coaduna-se a intervenção humana cristalizada na longa tradição de viticultura, com notável paisagem de socalcos xistosos onde as vinhas crescem, merecendo ser preservada como memória e como valor da humanidade (República Portuguesa, 2020, não paginado).

A cachaça, por sua vez, reúne os pré-requisitos para que seja solicitado o registro. Hoje, ela é uma das bebidas que mais sobressaem no cenário internacional, possuindo valor mercadológico e turístico, mostrando sua importância para a manutenção da história dos brasileiros, de conhecimento da cultura e de agregação de valores à comunidade local (Tavares, Dantas & Nóbrega, 2015).

Ao se realizar uma viagem ou se planejar através de informações obtidas em revistas especializadas - em *sites* e em promoções de destinos turísticos feitos por agências de turismo, percebe-se a relação existente entre patrimônio cultural, gastronomia e turismo. Considera-se, como base os destinos turísticos nacionais, algumas cidades do estado de Minas Gerais, onde existe uma valorização maior ao segmento de turismo cultural, explorando a gastronomia, tendo como atrativo principal a produção de cachaça artesanal. Nestes lugares, os roteiros possibilitam, ao turista, vivenciar uma experiência baseada na tradição culinária, podendo experimentar os sabores e os prazeres proporcionados pelo modo de vida peculiar, atrelados às paisagens cênicas, como as montanhas, além da própria história que contempla aspectos de cunho social, político e econômico.

No contexto internacional, observa-se as peculiaridades gastronômicas e bebidas típicas, tomando como exemplo a Escócia, onde existe a proposta de visitar as terras da coroa britânica e fazer a associação entre os três elementos mencionados. Com suas construções medievais e gregorianas, é caracterizado pelo patrimônio arquitetônico e pelo apelo cultural - seja através da realização de festivais de cunho cultural e gastronômico, onde se dá destaque aos frutos do mar, seja pela

existência dos “famosos” *pubs* e bares. E, considerando que o *whisky* é a bebida típica daquele país, é possível se remeter à construção de uma tradição, sendo oferecidos aos turistas os *tours* sobre a história do puro malte.

Também existem, em outras regiões, os roteiros dos vinhos - que se mostram como uma das mais fortes tendências do turismo mundial. Essas regiões produtoras de vinho que possuem esse potencial turístico se destacam, além da produção, pelas suas paisagens naturais e boas acomodações, bem como por sua infraestrutura, possibilidades de acesso e transporte, o que possibilita um maior sucesso do destino. Como exemplo, destaca-se Portugal - que representa um setor estratégico em termos de geração de divisas através da atividade turística.

Em Portugal, a aguardente e o próprio vinho ainda não estão na lista do património nacional. Neste contexto, pode ser elaborado, por exemplo, um dossiê para a inserção da cachaça no livro dos bens de natureza imaterial do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional ou, no caso português, na instrução de um processo de classificação (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, 2007).

A paisagem cultural do Alto Douro combina a natureza monumental do vale do rio Douro, feito de encostas íngremes e solos pobres e acidentados, com a ação ancestral e contínua do homem, adaptando o espaço às necessidades agrícolas de tipo mediterrâneo que a região suporta.

Esta relação íntima entre a atividade humana e a natureza permitiu criar um ecossistema de valor único, onde as características do terreno são aproveitadas de forma exemplar, com a modelação da paisagem em degraus, preservando-a da erosão e permitindo o cultivo da vinha.

O grande investimento humano nesta paisagem tornou possível a fixação das populações, desde a longínqua ocupação romana, e dele resultou uma realidade viva e em evolução, ao mesmo tempo testemunho do passado e motor do futuro, solidamente ancorado na otimização dos recursos naturais e na preservação do meio ambiente.

Assim, elaborou-se a seguinte questão problema que norteará esta pesquisa: qual o valor simbólico da cachaça enquanto patrimônio cultural e sua relação com as atividades turísticas no contexto de Brasil e de Portugal?

Alguns pacotes de comercialização turística buscam oferecer, ao visitante, um turismo de experiência, onde eles, em um primeiro momento, têm contato, através do guia de turismo, com todo o contexto histórico e econômico que envolve a região delimitada no roteiro com a produção de cachaça artesanal potiguar, localização dos alambiques e histórico.

Em seguida, acontece a visita *in loco* nos alambiques no Brasil/RN e em Portugal/Douro, onde o visitante tem contato direto com a produção, tendo em vista que na abordagem explica-se desde a lavoura, tipo de solo, adubo, passando para a moagem, decantação fermentação, destilação, envelhecimento, engarrafamento e o consumo com a degustação das bebidas produzidas.

Como alternativas opcionais para esse roteiro, existe a possibilidade de conhecer um café colonial, lanches com sobremesas que levam a cachaça como ingrediente, caldo de cana, licores, como também aproveitar a infraestrutura já existente: trilhas interpretativas, piscina, museu, lojas de cachaça e artesanato, restaurantes, redário, entre outros serviços.

Figura 2. Descritivo de um dos pacotes oferecidos por Agências.



Fonte: Acauã Viagens e Turismo, 2020.

Em três ocasiões, foram aplicados questionários com os visitantes da região do Rio Grande do Norte, sendo coletadas opiniões e expectativas dos cachaceiros², abordando questões que externassem suas experiências na visita, considerando: localização, acessibilidade e sinalização, nível de conhecimento sobre a produção de cachaça artesanal e história local, o título do roteiro, qualidade das cachaças produzidas, abordagem dos guias e proprietários dos alambiques, comprometimento dos mesmos com relação à apresentação do produto e de como fazem a relação com o patrimônio cultural, a intenção dos cachaceiros e agências de viagens em direcionar essa produção de cachaça para a atividade turística, além da venda da cachaça propriamente dita.

Além disso, a pesquisa buscou averiguar como estes referidos cachaceiros enxergavam a rota como uma atividade que tinha potencial turístico e se recomendaria a alguém fazer a visita considerando se a visitação à produção de cachaça tinha ligação com o lazer e bem-estar ou com a questão do malefício e dependência, levando em consideração o preconceito e a marginalização que envolvem a cachaça, a percepção da relação por parte dos empresários com a comunidade local e, por fim, buscou-se saber se existia algum diferencial nesse roteiro em relação a outros que já haviam realizado.

Alinhando-se com a proposta da pesquisa, alguns diferenciais apontados foram: continuidade dos alambiques passando de gerações e mantendo a cultura “viva”; degustação; participação do guia; abordagem cultural; agência de turismo como diferencial; comodidade de toda viagem; responsabilidade e criatividade; cachaça como um bem cultural e econômico; conhecimento de como preparar a bebida e funcionamento da zona rural; percepção de comprometimento por parte do proprietário em cada detalhe da rota, com os horários foram momentos de descontração e diversão; todo roteiro é um complemento um do outro, fica sempre um aprendizado; conhecer profundamente nossa tradição; receptividade; e, identidade regional.

Para ilustrar o descritivo da “Rota da Cachaça Potiguar”, apresenta-se algumas das iniciativas tomadas pelos cachaceiros, em parceria com empresas que compõem, direta ou indiretamente, o roteiro, para ações como: criação da marca, *layout* para *stands*, *outdoors*, placas de sinalização com indicativo das empresas que

²Produtor da cachaça. Mesmo que “mestre alambiqueiro”.

fazem parte do roteiro (bares, restaurantes, hotéis, agências de viagens, outros alambiques visitados no Rio Grande do Norte e suas peculiaridades).

Figura 3. Logo da rota da Cachaça Potiguar.



Fonte: Acauã Viagens e Turismo, 2019.

O ponto de partida foi compreender e analisar as razões pelas quais a cachaça é reconhecida como um dos elementos da cultura com forte tendência para ser registrada como patrimônio imaterial do Brasil, e como essa peculiaridade pode servir como potencial e atrativo turístico no estado, através da formatação de um roteiro temático.

A proposta buscou, especificamente: caracterizar os alambiques ao longo das várias localidades produtoras das regiões delimitadas; identificar a evolução histórica, estrutura, funcionamento e usos desses alambiques; e, mostrar as formas de relação da riqueza histórico, cultural e patrimonial da produção de cachaça artesanal e aguardente vínica com o turismo através de um roteiro integrado.

Cabe mencionar que foi necessário fazer uma descrição das características dos locais onde as cachaças são produzidas (alambiques), comercializadas, expostas e consumidas no Rio Grande do Norte, bem como a aguardente do Vale do Douro, subsidiando constructos para um mapeamento de locais onde se concentram os principais alambiques e vinhedos das duas regiões supramencionadas, possibilitando a verificação para a viabilidade dos roteiros, constituindo, desta forma, a primeira etapa de uma investigação mais ampla.

A pesquisa possui abordagem qualitativa, com caráter descritivo e exploratório, tendo em vista que o tema escolhido ainda é pouco explorado no Rio Grande do Norte e que, apesar de as rotas dos vinhos serem exploradas em Portugal, a Aguardente Vínica enfrenta a mesma realidade da cachaça potiguar, principalmente na área do turismo.

Foi necessário realizar uma descrição das características dos locais onde são produzidas (alambiques), comercializadas, expostas e consumidas as cachaças no Rio Grande do Norte, e aguardente do Vale do Douro, o que constará com um mapeamento de onde se concentram os principais alambiques e vinhedos das duas regiões, para verificar a viabilidade dos roteiros, constituindo a primeira etapa de uma investigação mais ampla.

Adotou-se uma amostragem por acessibilidade, onde foram selecionados os elementos a que tivemos acesso na pesquisa, acreditando que essa amostra seja suficiente e represente de forma significativa o universo pesquisado (Gil, 2008). Nas técnicas utilizadas na coleta de dados, optou-se por realizar levantamento documental, bibliográfico e histórico, para as duas regiões estudadas. Posteriormente, foram realizadas entrevistas, aplicação de questionários, bem como observação de campo, ao que concerne ao Brasil (especificamente, ao Rio Grande do Norte).

As entrevistas foram gravadas³ em formato digital e, posteriormente, transcritas, possibilitando consultas e facilitando a pesquisa, abrindo possibilidades para trabalhos futuros na área (Alberti, 2005).

Com o intuito de reduzir a subjetividade que atravessa a pesquisa, utilizou-se uma observação simples, onde foi observada toda a dinâmica da produção da cachaça artesanal e da aguardente nos alambiques, os acessos, ordem

³ Com autorização dos entrevistados.

dos alambiques e quintas a serem visitados, logística, tipos de transporte e capacidade de carga. Depois, foi realizado controle desses dados observados, os quais foram analisados e interpretados, o que proporcionou a obtenção e a sistematização de elementos utilizados na busca da resolução do problema identificado na pesquisa.

Com o objetivo de estudar e analisar os dados, através das técnicas de coleta, realizou-se a análise de conteúdo e análise categorial, buscando-se inferências confiáveis dos dados e informações relacionados ao contexto proposto na pesquisa a partir das entrevistas, de levantamento documental e das observações em campo feitas nos alambiques, como também levantamento bibliográfico.

Destaca-se que os motivos que levaram à escolha do tema no Rio Grande do Norte e no Vale do Douro se deram, também, em função da observação em campo. Na primeira região mencionada, foram aplicados questionários em três visitas nos moldes de pacotes turísticos, enfatizando a pretensão de mensurar a viabilidade da “Rota da Cachaça Potiguar” como um novo produto turístico potiguar, tendo como viés principal a temática do patrimônio histórico e cultural.

O estudo comparativo entre as duas realidades foi proposto pois, segundo Negri (2011), a comparação enquanto momento da atividade cognitiva, consiste em um momento da pesquisa científica em que se buscou concentrar e desenvolver nossa habilidade de percepção para adquirir conhecimentos, principalmente quando tratamos de memórias - podemos considerar como intrínseco desse processo de construção da ciência.

Se apropriando desse silogismo comparativo, se pode descobrir regularidades, perceber deslocamentos e transformações, construir modelos e tipologias, evidenciando as determinações mais gerais que norteiam os fenômenos sociais. A comparação aparece como algo inerente a qualquer pesquisa no campo em ciências sociais, estando direcionada para compreensão de um evento singular, ou direcionada para o estudo de uma série de eventos escolhidos de forma antecipada (Negri, 2011).

Buscou-se explicações que auxiliassem na presente análise de como podem ser concebidas as rotas da Cachaça Potiguar e a Rota da Aguardente

Portuguesa, possuindo como foco a produção de aguardente sob a ótica do patrimônio cultural para fins de desenvolvimento regional.

De acordo com Canclini (2008), o termo “hibridação”, não no seu sentido biológico propriamente dito, mas atenta para o processo dessa hibridação onde o ser humano e toda sua carga de valores está em constante mudança, interagindo com o meio, o que torna um campo de constantes conflitos, de diversas formas. Consiste na busca de uma pureza cultural que não existe, o que ocasiona, muitas vezes, uma “imposição cultural”. Um dos elementos desse processo é a cachaça/aguardente, que nessa época mencionada já existia uma distinção, onde eram denominadas “aguardente da terra” e “aguardente do reino”, respectivamente. Para tentar entender a produção de cachaça e aguardente portuguesa como um elemento do patrimônio luso-brasileiro, lançamos mão do método comparativo.

A hibridização como resultado do turismo não é algo totalmente aceito. O turismo causa hibridização cultural uma vez que todas as culturas são híbridas e vai para além do processo de hibridização, recorrendo ao conceito de processo de mimese pelo qual a identidade do outro se torna sua. Existem influências e adaptações que constituem uma mediação em que certos valores são trocados, apropriados e transformados (Barreto, 2007).

Weber, por exemplo, utiliza o método comparativo nas “ciências da cultura”, compreende que, tem-se por objetivo identificar as conexões causais existentes em determinados conjuntos e condições passíveis de serem associados ao fenômeno estudado (Bendix, 1986).

O método comparativo tem sido utilizado nas mais diferentes maneiras no campo das ciências sociais. Os distintos usos da comparação refletem diferentes posições acerca das relações existentes entre as teorias gerais e as explicações locais, os quadros conceituais e as técnicas de pesquisa, a formulação de hipóteses e sua avaliação (Schneider, 1998).

Considerando os estudos de Bloch, é pertinente destacar que, para ele, “a analogia teria procedência sobre a análise dos contrastes, não apenas enquanto passado metodológico, mas enquanto forma de compreensão real”. Segundo o referido autor, é realizando identificações de “elementos históricos ou estruturais semelhantes, tomados enquanto lugar relevante de comparações pertinentes das

identidades e diferenças que permitirão traçar um quadro classificatório”, sendo possível compreender diferenças nas explicações (Schneider, 1998, não paginado).

Como melhor forma de ilustrar sobre a questão problema desta tese, bem como objetivos, geral e específicos, técnica de coleta de dados e de análise, foi elaborado o seguinte quadro metodológico:

Quadro 1. Quadro metodológico da pesquisa.

Questão problema	Objetivo geral	Objetivos específicos	Técnica de coleta	Técnica de análise
Qual o valor da cachaça enquanto patrimônio cultural e sua relação com as atividades turísticas no contexto de Brasil e Portugal?	Apresentar um estudo comparativo sobre o valor da cachaça enquanto patrimônio cultural e sua relação com as atividades turísticas no estado do Rio Grande do Norte/Brasil, e na região do Vale do Douro/Portugal	a) caracterizar os alambiques ao longo das várias localidades produtoras das regiões delimitadas	Pesquisa bibliográfica Pesquisa documental Entrevistas Observação de campo	Análise de conteúdo Categorização do objeto
		b) identificar a evolução histórica, estrutura, funcionamento e usos desses alambiques	Pesquisa bibliográfica Pesquisa documental Entrevistas Observação de campo	Análise de conteúdo Categorização do objeto
		c) mostrar as formas de relação da riqueza histórica, cultural e patrimonial da produção de cachaça artesanal e aguardente vínica com o turismo através de um roteiro integrado	Pesquisa bibliográfica Pesquisa documental Entrevistas Observação de campo	Análise de conteúdo Categorização do objeto

Fonte: Elaboração própria, 2020.

Inicialmente, foi elaborada a presente apresentação como um convite ao tema, contemplando os objetivos, geral e específicos, problematização e justificativa para a escolha da temática. Sequencialmente, foi elaborado o Capítulo I: "Viajando nos sabores do vinho e da cachaça". O segundo capítulo contemplou sobre o

"Contexto potiguar brasileiro", tendo sido subdividido em: "3.1 Potencial turístico da cachaça potiguar"; "3.2 Engenho Mucambo"; "3.3 Engenho Extrema"; "3.4 Alambique Samanaú"; "3.5 Engenho Papary"; e, "3.6 Alambique Beira Rio". Depois, foi debatido sobre o "Contexto português", tendo sido subdividido em 7 subcapítulos, quais tenham sido: "4.1 Os sabores líquidos do Porto"; "4.2 Rotas da memória portuguesa"; "4.3 Quinta da Aveleda – Penafiel"; "4.4 Caves Solar de São Domingo – Anadia"; "4.5 Quinta das Bágeiras – Sangalhos"; "4.6 Adega Cooperativa de Lourinhã"; e, "4.7 Valle Pradinhos". Na sequência, foram pontuados os procedimentos metodológicos utilizados, os resultados e discussão, finalizando com as considerações finais do estudo com as referências utilizadas para o embasamento teórico.

2 VIAJANDO NOS SABORES DO VINHO E DA CACHAÇA

As rotas dos vinhos são consideradas como um dos instrumentos principais do enoturismo, com a sua face mais visível, devendo ser utilizadas como ferramentas para um desenvolvimento rural, estruturante para a atividade turística, e criadoras em potencial de receitas adicionais para as comunidades locais, considerando a organização e qualidade da oferta. Destaca-se o programa do XVII Governo Constitucional no capítulo que diz respeito à qualidade de vida e desenvolvimento sustentável, o qual elegeu as rotas dos vinhos como uma das 5 (cinco) áreas decisivas para o desenvolvimento sustentável, enquanto produto que pode introduzir elementos diferenciais da oferta turística (Amaro, Barroco & Antunes, 2010, não paginado).

Em Portugal, não existe uma legislação específica para a produção de cachaça ou Aguardente Vínica nem procedimento legal que defina rotas do vinho, podendo ser encontrada essa definição no “Projeto de Diploma Regulamentar das Rotas do Vinho de Portugal”, de março de 2020, em que afirma-se que uma rota é constituída por um conjunto de locais, organizados em rede, devidamente sinalizados, dentro de uma região produtora de vinhos de qualidade, que possam engendrar um efetivo interesse turístico, incluindo locais cuja oferta contemple vinhos certificados, centro de interesses vitivinícolas, museus e empreendimentos turísticos. Existem documentos que definam as rotas dos vinhos existentes, como o Artigo 1^o do regulamento Interno da Rota do Vinho do Dão (República Portuguesa, 2020).

O vinho⁵ é uma bebida muito valorizada, tanto ao que diz respeito ao índice de alto status social, quanto como meio para se comunicar com deuses e

⁴ O artigo 1º, alínea 1 do Regulamento Interno da Rota do Vinho do Dão identifica como objetivo estimular o desenvolvimento do potencial turístico da Região Demarcada do Dão nas diversas vertentes da cultura vitivinícola e da produção de vinhos de qualidade. Na alínea 2 do mesmo artigo está escrito ... a Rota do Vinho do Dão deverá integrar um conjunto de locais dentro da Região Demarcada do Dão, associados à vinha e ao vinho, organizados em rede e devidamente sinalizados, que possam suscitar um reconhecido interesse por parte do turista, através de uma oferta rigorosamente seleccionada e caracterizada. Na alínea 4 completam com ... devem, também, ser associados à Rota, todos os elementos que a possam valorizar, como: Turismo cultural, artesanal, folclórico, paisagístico, monumental, etnográfico e gastronómico (Amaro, Barroco & Antunes, 2010, não paginado).

⁵ Entre os gregos, o vinho dos romanos deveria ser misturado à água, pois eles consideravam o vinho perigoso e ser vivo, quando não era diluído (Dupont, 1998). Quando o vinho inflama as mentes de quem o bebe, toda forma de corrupção começaria a ser praticada (Escohotado, 1999). Entre os

mortos. O vinho assumiu posição crucial entre povos, tendo sido considerado um dos bens mais valiosos em tratados, até entrar em cena a cachaça brasileira, a partir do século XVII (Curto, 1999).

Sobre a cachaça, pode-se afirmar que, antes de ser um produto econômico, ela é uma das mais “belas” expressões da cultura brasileira. A prova da vitalidade e permanência cultural da cachaça está no patrimônio linguístico que criou e continua a criar - existe um acervo disponível de cerca de mil sinônimos da palavra cachaça (Curto, 1999). No seu processo artesanal, estão embutidos valores históricos e práticas que vão desde a tradição familiar de fabricação até o ato de beber⁶ ou degustar.

A sua degustação caracteriza-se como uma arte, pois constitui em um caminho legítimo e confiável para se conhecer a cachaça, construir sabedoria e crítica sobre a bebida⁷. Degustar e beber⁸ são atos culturais distintos. Um dos caminhos a serem seguidos para a preservação e divulgação de toda essa história, usos e costumes, ou seja, as práticas culturais (memória) que envolvem a cachaça constituem a atividade turística.

Com relação à cultura, o Ministério do Turismo (Brasil, 2006), afirma que a diversidade da cultura do país tem sido aclamada pela sociedade como uma das principais características do nosso patrimônio. Neste sentido, o turismo pode ser capaz de promover e preservar nossa cultura. Considera-se que a cultura e o turismo caminham juntos e que, se bem articulados, podem motivar os turistas a se deslocarem com a finalidade de vivenciar aspectos e situações que podem ser considerados particulares.

plebeus, o vinho era considerado como um direito à embriaguez que a cidade deveria garantir aos cidadãos (Grimal, 1988).

⁶ Para se portar, o bebedor civilizado beberia três taças de vinho: uma para a saúde, outra para o amor e a terceira para o prazer. A partir da quarta taça já não era recomendado pois ela indicava violência, a quinta se referia ao tumulto, a sexta à folia, a sétima aos olhos roxos, a oitava ao policial, a nona à bílis e a décima à loucura (Johnson, 1999).

⁷ [...] As sociedades são diversificadas ao que diz respeito ao lugar que ocupam as bebidas alcoólicas em seus contextos culturais, revelando seu caráter histórico e local das experiências étlicas. Destarte, existem na sociedade um ou mais regimes étlicos que são responsáveis por organizar e conferir sentidos sociais a um ato que representa ingestão de substância alteradora de consciência, além de poder modificar efeitos neurológicos (Peele & Brodsky, 1996).

⁸ Cabe destacar que, em processo de substituição cultural, uma corrente de mudança contribuiu de maneira significativa, na medida em que o proselitismo religioso de missionários, quais sejam: jesuítas e de outras ordens religiosas, que eram contra as cauinagens e embriaguez nas cerimônias de índios (Holanda, 1979).

O turismo cultural compreende, neste sentido, as atividades turísticas relacionadas às vivências do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.

Consideram-se patrimônio cultural, os bens de natureza material e imaterial que revelam ou expressam a memória e a identidade das populações e comunidades (Lemos, 2004). Valorizar e promover o patrimônio significa difundir o conhecimento sobre esses bens e facilitar seu acesso e a utilização de moradores e visitantes.

Ao que se refere à fabricação da cachaça, os processos podem ser artesanais (que produz a partir apenas do caldo de cana, sem utilização do bagaço) ou industrial, cada um com suas especificidades. Portanto, quando se refere à cachaça, a qualidade não se traduz apenas em cumprir o que determina a legislação vigente - cada “alambicada”⁹ é uma “obra de arte”.

Para satisfação dos brasileiros amantes de uma boa cachaça e defensores da nossa identidade e memória, servindo também como fonte de informação para aqueles que desconhecem a legitimidade da bebida genuinamente brasileira, a lei assegurou uma definição clara e objetiva.

De acordo com o Artigo n. 91 da Lei n. 8.918, de 14 de julho de 1994, a qual trata sobre padronização, registro, classificação, inspeção, fiscalização e produção de bebidas, contida no Decreto de n. 4.851, de 2 de outubro de 2003, a 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” (Cascardo, 2004, p. 28).

A mesma Lei considera que: cachaça é a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana que é produzida no Brasil, com graduação alcoólica de 38 (trinta e oito) a 48 (quarenta e oito) por cento em volume, a 20 (vinte) graus Celsius, obtida a partir da destilação do mosto fermentado da cana-de-açúcar que possui características sensoriais singulares, podendo ser adicionado de açúcares até 6 (seis) gramas por litro, expressos em sacarose (Cascardo, 2004, p. 28).

⁹ Quantidade de aguardente preparada cada vez que o alambique é carregado.

Ainda no Artigo 92, o parágrafo segundo refere-se à “cachaça envelhecida” que é uma derivação da cachaça, como muitos chamam, “filha da cachaça”, ou seja, outra bebida: é 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 (Cascudo, 2004, p. 29).

É perspicaz destacar que a lavoura de cana-de-açúcar nacional chega a produzir dez milhões de toneladas anuais - só para a fabricação da bebida, que é dividida na fabricação artesanal e industrial, chegando aos percentuais de trinta e setenta por cento, respectivamente. Toda essa produção coloca a cachaça como a terceira bebida destilada mais consumida do mundo, perdendo apenas para a vodka russa e o soju norte coreano (Cascudo, 2004).

Sendo o Rio Grande do Norte produtor de cachaça artesanal, torna-se possível a implantação de um roteiro temático explorando e alinhando seus alambiques dentro de um único contexto, levando em consideração a peculiaridade de cada produção.

Considerando o Plano Nacional de Turismo (PNT 2007-2010), destaca-se que ele usou como uma das principais estratégias: a roteirização turística, com o intuito de integrar os municípios de uma mesma região turística, possibilitando que o turista permaneça mais tempo em determinada região, com um maior número de atrativos, equipamentos e serviços que - a partir do roteiro - passam a ser interligados entre si, evitando uma visita de forma isolada, incluindo a região dentro de um contexto temático (Brasil, 2010).

Ainda acordo com o Ministério do Turismo (Brasil, 2010), a roteirização auxilia o processo de identificação, elaboração e consolidação de novos roteiros turísticos e, além disso, tem como função apontar a necessidade de aumento dos investimentos em projetos já existentes - seja na melhoria da estrutura atual, seja na qualificação dos serviços turísticos oferecidos.

Dessa forma, o processo de roteirização pode contribuir para o aumento do número de turistas que visitam uma região e do seu prazo médio de permanência nos destinos, estimulando a circulação da riqueza gerada. A rota turística é entendida como “um percurso continuado e delimitado cuja identidade é reforçada ou atribuída pela utilização turística”, ou seja, a rota apresenta ordem sequenciada

de visitação nos atrativos e, por conseguinte, ponto inicial e ponto final do percurso (Brasil, 2007b, não paginado).

É importante ressaltar que uma rota pode conter vários roteiros e perpassar por várias regiões turísticas. Roteiro turístico “[...] é um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística” (Brasil, 2007b, não paginado). Os roteiros turísticos são mais flexíveis por não haver sequência de visitação, podendo o turista iniciar a visita em qualquer ponto do mesmo, além de não apresentarem, necessariamente, ponto inicial e ponto final do percurso e, em geral, apresentam um tema (Brasil, 2007a).

Diante da diversidade de atividades próprias do planejamento turístico, a mais evidente delas se constitui na elaboração de roteiros formatados como produtos, os quais resumem um processo de ordenação de componentes participantes na efetuação de uma viagem. A elaboração pode estabelecer direcionamentos e criar uma circulação turística a partir de determinados trajetos, podendo criar fluxos e possibilitar um aproveitamento racional dos atrativos e da região quando da visitação (Bahl, 2006, não paginado).

A formatação de roteiros turísticos tem um papel fundamental na consolidação de destinos e criação de novos segmentos do turismo, aumentando as opções para oferta turística, como por exemplo o turismo gastron mico. Isso possibilita o surgimento de produtos complementares. Assim, o destino passa a ofertar produtos distintos, não sobrecarregando um único segmento, como o turismo ecológico, de sol e praia, histórico, cultural e gastron mico, por exemplos (Campos, Santos & Santos 2012).

No caso do Rio Grande do Norte, existem múltiplos segmentos turísticos, mas que ainda pode ser ampliado. A partir da formatação de novos roteiros,   possível atender a um maior número de turistas que, muitas vezes, não visitam a localidade - por falta de opção de temas mais específicos - assim, aumenta a demanda.

Faz-se necessário conhecer a região ou destino turístico, para além das preferências e necessidades dos turistas/visitantes. Não obstante, nenhuma atuação sem uma visão autêntica do mercado possuir  prática eficaz que possibilite a diminuição da discrepância entre as características da oferta e os desejos dos

consumidores, podendo ocasionar repercussões graves e negativas para a região ou destino turístico (Campos, Santos & Santos, 2012, não paginado).

A criação de um roteiro turístico depende da participação e da capacidade técnica dos setores envolvidos na formatação dos mesmos. Os planejadores na esfera pública - onde são desenvolvidos planejamentos territoriais - existe o intuito de desenvolver o turismo regional e a participação direta dos prestadores de serviços turísticos que comercializam e criam condições para que o roteiro seja atrativo do ponto de vista que possa ser vendido. É necessário realizar ações de *marketing* e agregação de outros serviços em torno do roteiro já existente, fazendo com que esse conjunto de fatores se transforme em um produto turístico. Como tem caráter participativo, a roteirização deve estimular a integração e o compromisso de todos os protagonistas desse processo, não deixando de desempenhar seu papel de instrumento de inclusão social, resgate e preservação dos valores culturais e ambientais existentes (Brasil, 2007a).

3 CONTEXTO POTIGUAR BRASILEIRO

3.1 Potencial turístico da cachaça potiguar

Ao especificar a cachaça, faz-se referência ao mosto (sumo de frutas que contenham açúcar), fermentado e, posteriormente, destilado da cana-de-açúcar. Existem destilados feitos a partir da utilização da mesma matéria prima. Porém, só pode ser denominado de cachaça a aguardente de cana-de-açúcar fabricada no Brasil. Para isso, existem alguns procedimentos como o Artigo 91 da Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas, na redação dada pelo Decreto nº 4.851 (2003), que regulamenta dentro de padrões estabelecidos as denominações de aguardente, cachaça, cachaça envelhecida e cachaça adoçada, como também a solicitação junto à Associação Brasileira de Propriedade Intelectual (ABPI), ou ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), o selo de Indicação Geográfica (IG).

Mundialmente, a produção de cana-de-açúcar é de 1,4 bilhão de toneladas, em uma área cultivada de 15 milhões de hectares. O Brasil, com uma área plantada de aproximadamente 5 milhões de hectares, é o maior produtor - com cerca de 27% da produção mundial. Seguem-se: Índia, Cuba, México, China, Paquistão, Estados Unidos da América, Colômbia, Austrália, Filipinas, Tailândia, África do Sul, Indonésia e Argentina (Silva, 2006).

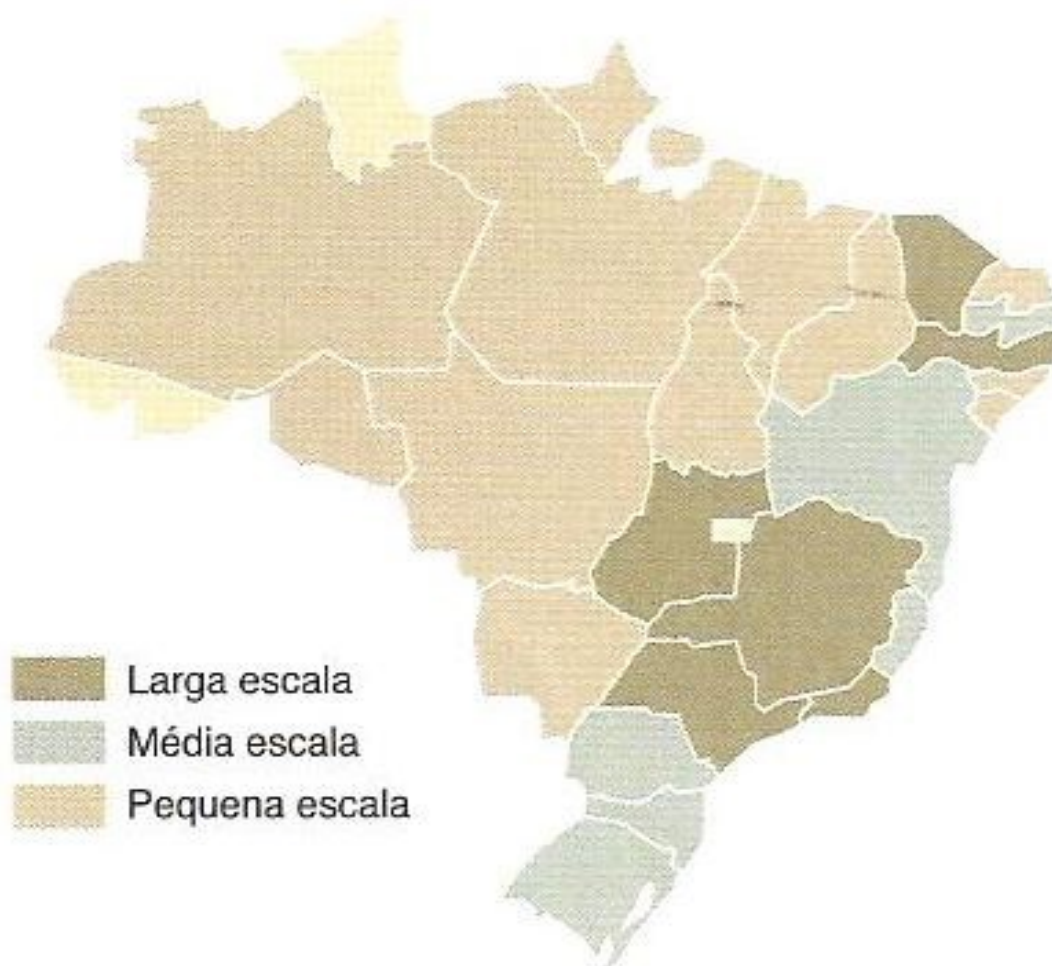
Atualmente, no Brasil, existem muitas regiões “famosas” e outras nem tanto, mas que possuem um grande potencial na produção de cachaça artesanal. Algumas cachaças artesanais já possuem o (IG) implantado, como é o caso das cachaças produzidas nas cidades de Paraty no estado do Rio de Janeiro e Salinas no estado de Minas Gerais.

Tendo em vista que as condições climáticas influenciam diretamente na qualidade das bebidas, é impossível fabricar um destilado de excelência a partir da cana-de-açúcar em todos os países onde ela é cultivada. Um dos fatores mais importantes para a produção da aguardente de cana é o sol. Em locais onde há pouca incidência solar, a bebida tende a ter uma acidez elevada. Já nos países onde a incidência solar é forte – como é o caso do Brasil, principalmente a região

Nordeste, onde está localizado o estado do Rio Grande do Norte, propicia uma concentração maior de açúcar, produzindo mais álcool, ou seja, a bebida - no caso a cachaça, com um maior teor alcoólico e menor acidez.

A produção da cachaça é considerável, existindo pesquisas (Mapa da Cachaça, 2015; Motta, 2019; Silva, 2006; Tavares, Dantas & Nóbrega, 2015) que mostram a questão das escalas de produção, ou seja, a quantidade associada às iniciativas como políticas de fomento, formação de associações e cooperativas de produtores, o que contribui diretamente para o fortalecimento do setor, propiciando aprimoramento de técnicas.

Mapa 1. Mapa brasileiro da produção de cachaça.



Fonte: Silva, 2006.

Nessas regiões, também existe uma relação mais próxima da produção de cachaça com a atividade turística, através de roteiros já existentes, onde o turista

visita diretamente o alambique, podendo observar todo o processo de produção da cachaça, história da casa, degustação e compra do produto no próprio local.

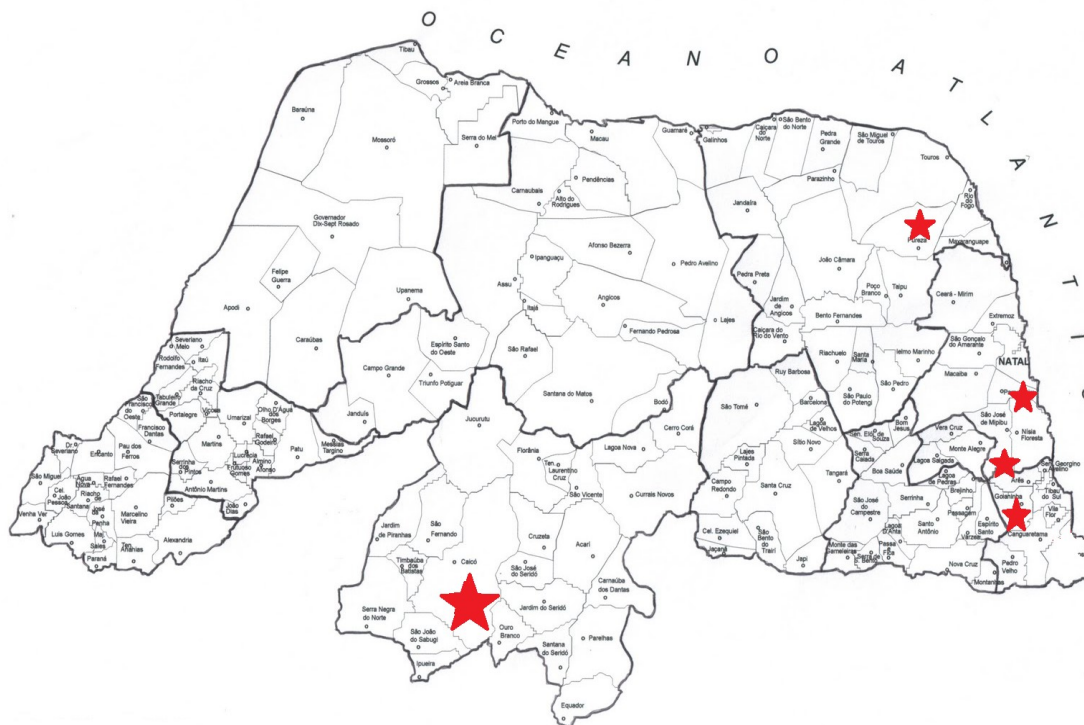
Passando por diversos processos de desenvolvimento em toda sua estreita relação com a história do Brasil, a cachaça tem se feito presente no dia a dia da cultura brasileira, chegando a ser usada como um atrativo turístico cultural. Já se percebe no referido estado ações que demonstram a preocupação de mostrar ao turista a história, os usos e costumes locais, onde os visitantes têm opções variadas de roteiros turísticos, do turismo de sol e mar - que é o cartão postal, passando por roteiros histórico-culturais, de aventura, religiosos - sem deixar de provar a excelente cachaça potiguar em qualquer que seja sua opção de roteiro.

Tendo em vista que a referência do discurso é o Brasil, o país de origem da cachaça, sua produção se estende, pelo menos, em escala artesanal, por praticamente todos os estados, inclusive no Rio Grande do Norte - que vem apresentando um bom exemplo de como produzir uma cachaça de qualidade. Mesmo que incipiente, já ocorre a participação na realização de eventos locais, como festivais de gastronomia, feiras e festivais de cachaça; os produtores saem do estado para mostrar seu valor ao mercado interno, como também externo.

É válido destacar que, devido a suas características climáticas, o Rio Grande do Norte vem se destacando na produção de cachaça artesanal de qualidade, onde as principais cidades produtoras são: Caicó, Nísia Floresta, Goianinha, Parnamirim e Pureza. Como principais marcas, destacam-se: Samanaú, Sibaúma, Papary, Mucambo, Maria Boa, e Extrema. No Mapa 2, são destacadas as principais áreas produtoras da cachaça artesanal do referido estado.

O Rio Grande do Norte é um estado de grande potencial turístico devido a suas belezas naturais como: vegetação, relevo, clima, como também açudes, barragens e a arquitetura em geral, e de seus valores culturais: religiosidade, festejos, artesanato, gastronomia, entre outros, podemos fazer essa relação entre a produção da cachaça artesanal com todo seu arcabouço histórico e técnico - considerando os acontecimentos sociais, políticos e econômicos, com o turismo, tendo em vista alguns pressupostos como: fabricação para exportação e fabricação para o consumo interno.

Mapa 2. Produção de cachaça artesanal no RN.



Fonte: Dantas, 2016.

Um exemplo disso é a “Cachaça Samanaú”, da cidade de Caicó-RN, que ganhou o prêmio de melhor cachaça do mundo, em concurso promovido pela eletrônica americana *Tastings*, especializada em degustação de bebidas, em uma avaliação que ocorreu em julho de 2019.

Neste contexto, afirma-se que a importância do patrimônio cultural de um povo não está somente na manifestação da cultura em si, mas 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 pequenos e grandes, podendo envolver desde comunidades locais até um país inteiro. E, uma das formas de fazer tal uso do patrimônio cultural é combinando-o ao turismo, fazendo nascer o que se chama de “turismo cultural”.

A grande 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, com a finalidade de despertar o interesse e consciência por sua valorização, decidiu-se, neste trabalho, em uma de suas etapas, destacar a cachaça potiguar enquanto patrimônio cultural, associada a atividade turística.

A partir das observações *in loco* do autor desta tese que também atua como guia de turismo no estado do Rio Grande do Norte, que, ao longo dos anos, o cenário turístico referido estado mudou bastante e continua a mudar. Nas últimas décadas, ocorreu um crescimento satisfatório, por uma série de fatores externos e internos, teve um declínio e, ultimamente, estão sendo retomadas e implementadas estratégias, por parte do poder público, juntamente com a iniciativa privada, principalmente com a participação efetiva dos polos de turismo regionais - onde essa dinâmica de participação de agentes de diversas esferas vem desenvolvendo um trabalho satisfatório e profícuo.

Devido à participação do pesquisador em eventos relacionados ao turismo potiguar, percebeu-se que os itens de natureza gastronômica sempre estão presentes, evidenciando a questão da identidade de cada região. Em conjunto com as comidas típicas de cada lugar do estado, a cachaça vem ganhando notoriedade como produto regional, inclusive com o estudo de harmonização com os pratos regionais expostos na “Carta das Cachaças Potiguares”, conseguindo, cada vez mais, chamar a atenção de curiosos, turistas e apreciadores, conhecedores de uma cachaça de excelência, como também despontando no cenário econômico.

A atividade de produção de cachaça artesanal no Rio Grande do Norte tem um grande potencial para o crescimento, pois se percebe o esforço dos proprietários dos alambiques para criarem uma imagem de inovação, associada – corroborando com as teorias aplicadas no estudo – às tradições, à história, à arte secular de fazer cachaça. Com isso, pode ser gerado, através desse potencial, um tipo de oferta turística diferenciada, usada para fins de desenvolvimento e promoção da região em âmbito nacional e internacional.

A produção de cachaça artesanal agrega, proporcionalmente, mais valor ao cultivo da cana-de-açúcar do que outras atividades, as quais a mesma possa ser direcionada (Dantas, 2016). A partir do momento em que for acrescentada a atividade turística à essa produção, inclui-se também valor a todas as etapas do processo, inclusive as exportações, tendo em vista que, através do turismo, existe uma maior facilidade em ultrapassar fronteiras, sendo capaz de proporcionar uma maior visibilidade à cachaça potiguar em mercados ainda não contemplados, colaborando para o escoamento mais eficaz e para a criação da imagem de um produto associado a uma região.

Mais que informar, interpretar é revelar significados, é provocar emoções, é estimular a curiosidade, é entreter e inspirar novas atitudes ao visitante, pois a interpretação utiliza várias artes da comunicação humana – teatro, literatura, poesia, fotografia, desenho, escultura (Murta, 2002).

Ao se pensar nas bebidas nacionais, por que não considerar o Brasil com sua cachaça - hoje, mundialmente conhecida, sendo o Rio Grande do Norte também reconhecido no cenário turístico por sua arte em produzir a cachaça. A ousadia do pensamento deve ser considerada pois acredita-se que é possível de ser realizado devido ao potencial que vem sendo levantado no decorrer da pesquisa. Levando em consideração a pesquisa de campo, os alambiques do Rio Grande do Norte são descritos nos subcapítulos que seguem.

3.2 Engenho Mucambo

O Engenho Mucambo, de propriedade da família Araújo Lima, que mantém a produção de açúcar e cachaça desde o século XVII, localiza-se na Fazenda Bom Jardim, município de Goianinha/RN, na zona canavieira do estado, no litoral sul. Localizada a 58 (ciquenta e oito) km da capital, tendo como principal acesso a BR-101 até a cidade de Goianinha, percorrendo mais de 6 (seis) Km pela RN-003 que dá acesso à cidade de Santo Antônio.

Com onze anos de funcionamento, possuiu uma área construída de 600m² onde se localiza: a sala de moagem, decantadores do caldo, sala de fermentação, alambiques, sala de armazenamento, sala de engarrafamento, restaurante, banheiros, loja, piscina, espaço para palestra e parque infantil, além de uma lavoura própria de 3 (três) hectares e trilha ecológica que varia de um a oito quilômetros. Há, também, visitação à casa da Fazenda Bom Jardim, construção colonial que se mantém preservada, inclusive com toda a mobília original, também podem ser agendadas visitas acompanhadas de refeições e a casa possui um restaurante com capacidade para 200 pessoas. Quanto à qualidade das cachaças produzidas no alambique, todas são de excelência, inclusive com premiações nacionais e internacionais.

O Alambique do Engenho Mucambo, no período de produção, que se dá de outubro a março, comporta o número de nove empregados, incluindo o pessoal

da lavoura. Quando não está produzindo, esse número diminui para cinco. Possui um alambique de mil litros, o que significa uma produção de quinhentos litros de cachaça por dia, divididos em três alambicadas, em uma jornada de trabalho de oito horas.

Ao considerar uma safra, é possível produzir de 20 (vinte) a 40 (quarenta) mil litros, o que varia de acordo com a demanda anual de cachaça. Quando a demanda é menor, a cachaça pode ser estocada e ou, a cana-de-açúcar (matéria prima) excedente é vendida para as usinas da região. O proprietário afirma que na safra 2014/2015 a produção girou em torno de quarenta e um mil litros.

O Engenho Mucambo produz três tipos de cachaça e um licor de mel de engenho, as cachaças são: Mucambo, Maria Boa e Maria Boa Prata, sendo que esta última não é envelhecida e sim armazenada em barris de inox durante seis meses, justamente por estar inserida na categoria prata¹⁰, enquanto as outras duas são armazenadas em barris de madeira.

O termo técnico “armazenada” é semelhante à envelhecida, inclusive o mesmo período de armazenamento nos barris de madeira, diferencia-se devido a uma questão técnica e burocrática, uma vez que para ser denominada envelhecida é necessário o acompanhamento do Ministério da Agricultura, com sistema de lacre e inspeção, o que, segundo o entrevistado Pedro Lima, responsável comercial, se torna um processo lento, tendo em vista a disponibilidade de apenas dois técnicos na região.

As vendas da cachaça no referido engenho estão muito concentradas no estado do Rio Grande do Norte, principalmente na região metropolitana de Natal, porque para expandir as fronteiras do referido estado é necessário um bom distribuidor, assim como acontece com o Alambique Samanaú. Ainda de acordo com o entrevistado, é difícil concorrer com os outros mercados, principalmente do vizinho estado da Paraíba, tendo em vista que ele tem em torno de cinquenta marcas e está “bem à frente” em relação a outros aspectos, como o turismo relacionado à fabricação de cachaça artesanal.

¹⁰ Não possui coloração.

Figura 4. Engenho Mucambo.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Com relação à exportação, já foi cogitado, mas ainda falta uma estruturação maior e um capital de giro mais elevado, pois só é viável se for um volume razoável¹¹.

3.3 Engenho Extrema

A agroindustrial Extrema está localizada no município de Pureza/RN, distante 50 km de Natal/RN, tem como proprietário o senhor Anderson José Brilhante de Souza, que atua no setor sucro-alcooleiro existem, aproximadamente, 20 (vinte) anos – período em que ingressou na universidade estagiou em empresas do ramo, com graduação em engenharia agrônoma em Minas Gerais. Desde então, trabalha em alambiques, teve sua pós-graduação em engenharia ambiental e sua pesquisa foi sobre o reaproveitamento de águas.

¹¹ O responsável pelas vendas das cachaças produzidas no engenho Mucambo é o diretor comercial Pedro Lima.

Com dez anos de funcionamento no que diz respeito à produção de cachaça, tendo em vista que o cultivo da cana-de-açúcar para fornecimento às usinas se faz há mais tempo, o engenho tem uma produção anual de 30.000 litros, variando de acordo com a demanda, isso porque o proprietário restringe bastante as vendas, haja vista que só vende à vista ou com pagamento adiantado, podendo chegar a cento e vinte mil litros, o que é denominado “folga de fábrica”, podendo armazenar ou envelhecer até 90.000 litros.

Destaca-se pelas 12 (doze) atividades ambientais e 5 (cinco) sociais desenvolvidas, o que resultou em duas premiações em sustentabilidade e responsabilidade social (Dantas, 2016). Pioneira em lançamentos de inovação em seus produtos, em 2010 lançou a primeira cachaça orgânica do estado do Rio Grande do Norte, certificada pelo IBD Certificações.

Possui um complexo de recepção e treinamento, contendo um auditório de sessenta lugares – onde o turista ou visitante participa de uma palestra sobre a produção da cachaça artesanal em todos os seus estágios, para posteriormente partir para a visitação – loja da fábrica e uma estrutura que se assemelha aos outros alambiques visitados, com um diferencial, que é a otimização da produção através da arquitetura utilizada em um mesmo prédio, fazendo com que o caldo da cana, a partir da sala de moagem, faça todo seu percurso até a destilação de uma forma mais rápida, ficando separados apenas os processos de armazenamento e engarrafamento (Dantas, 2016).

Toda a área da lavoura é irrigada, além de uma genética exclusiva e técnicas de cultivo inovadoras que resultam na excelência da qualidade da cana-de-açúcar. Aliado a isso, existe um rigoroso processo de fabricação, iniciando com a moagem máxima em duas horas a partir do corte da cana, seguido de fermentação do caldo totalmente natural do tipo caipira (Dantas, 2016).

O alambique possui uma área construída de 400 m², distribuídos em auditório, escritório, loja, prédio que comporta a sala de moagem, fermentação e destilação, sala de envelhecimento ou armazenamento e sala de engarrafamento e rotulagem, além da lavoura, cuja área é de 120 (cento e vinte) hectares dos quais apenas seis são destinados à produção de cachaça, onde a diferença se encontra no adubo; nos demais hectares usa-se adubo sintético, e o rejeito da produção

denominado de vinhaça ou vinhoto, enquanto na área destinada à produção de cachaça, usa-se apenas estrume após a compostagem (Dantas, 2016).

O Alambique da cachaça Extrema, no período de produção (de outubro a março) comporta o número de quatorze empregados divididos entre a lavoura, a produção e os operadores de máquinas; quando não está produzindo esse número cai para seis funcionários fixos.

Toda cachaça produzida na agroindústria Extrema é orgânica, sendo que por uma estratégia de venda é colocado o selo apenas na “cachaca branca” a qual influencia diretamente no valor e na demanda pela cachaça pura, fazendo com que ela seja comercializada com um preço aproximado ao da envelhecida (Dantas, 2016).

O controle de qualidade é feito em Natal/RN, para onde é enviada uma amostra de cada lote para análise. Basicamente, são produzidos três tipos de cachaça e licores de cachaça com frutas, engarrafados em vários tipos de embalagens: a Cachaça Extrema ouro, Cachaça Extrema prata, Cachaça Extrema prata orgânica e os licores de pequi e cereja (Dantas, 2016). O armazenamento é inovador, ocorrendo por uma mudança constante em barris de madeiras diferentes, primeiramente a cachaça é armazenada oito meses em barris de amburana, posteriormente, dez meses em barris de bálsamo, finalizando com seis meses em barris de carvalho, estando pronta para ser engarrafada e comercializada (Dantas, 2016).

Existem duas linhas de produtos comercializados pela Agroindustrial Extrema: a primeira consiste nos produtos que vão ser distribuídos em lojas e supermercados, vendidos a um preço mais acessível e em maior quantidade, e que se utilizam do marketing do estabelecimento que está comercializando (Dantas, 2016).

A segunda linha de produtos refere-se às embalagens mais rebuscadas, um produto melhor apresentado e, conseqüentemente, comercializado por um preço mais elevado, e que, para adquirir, o interessado tem que visitar o alambique; esses produtos são encontrados apenas na loja da fábrica, pois, segundo o proprietário, essa estratégia faz com que o consumidor visite o alambique e, além de comprar o produto, também vai entender como é feita a cachaça artesanal como um todo,

saber um pouco da história e comprovar o padrão de qualidade da produção da Cachaça Extrema, uma estratégia de *marketing* eficiente.

Figura 5. Alambique Extrema.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

3.4 Alambique Samanaú

Localiza-se no sertão seridoense, a 290 km da capital do Estado, no município de Caicó/RN, precisamente a 12 (doze) quilômetros da cidade, através da BR-427, sendo 11,1 Km de estrada asfaltada e 1,9 km de estrada de chão, às margens do rio Seridó; tem como proprietário Vidalvo Dadá Costa, que tem como

área de atuação Engenharia civil, pós-graduação em engenharia sanitária e especialização em tecnologia da cachaça pela Universidade de Lavras/MG.

O empreendimento funciona em mais de 12 (doze) anos, apresentando características rústicas, peculiares da região, com carro de boi, mandacarus, barris de madeira, uma casa típica das fazendas sertanejas, entre outros que fazem parte da sua ornamentação externa (Dantas, 2016).

Esse alambique é composto por um pátio central, jardins, área de secagem do bagaço da cana, moendas, onde é moída a cana para a obtenção do caldo, decantadores, sala de fermentação, o alambique propriamente dito, onde é feita a destilação, galpões onde são armazenados os barris e tonéis para o envelhecimento, sala de engarrafamento e alojamento dos funcionários (Dantas, 2016). Tudo isso distribuído em uma área de 888,57 m², que é justamente a área construída do empreendimento. Além desse espaço, ainda possui a área da lavoura de cana, que no momento está inativa devido à estiagem, lagoa de estabilização, casa da fazenda, entre outras dependências.

Consiste em uma indústria de cachaça artesanal que produz cem mil litros de cachaça por ano, sendo essa produção dividida entre as cachaças Samanaú Ouro, que é armazenada em barris de louro-canela, castanheira e cumaru, a Samanaú Prata, que é armazenada em freijó e jequitibá-rosa e a envelhecida que é armazenada em barril de carvalho, todas elas orgânicas, e a sibaúma que não é orgânica (Dantas, 2016). Para o Ministério da Agricultura, só é considerada cachaça envelhecida a cachaça armazenada em barris de 750 litros abaixo, toda a cachaça comercializada no Alambique Samanaú, que tem a especificação de envelhecida, é armazenada em barris de 200 litros.

Na época da produção, o alambique conta com 15 (quinze) a 20 (vinte) funcionários, que são contratados exclusivamente para esse período; quando não está produzindo esse número é reduzido para cinco funcionários permanentes, todos legalizados, primeiro pela exigência da lei, segundo pela certificação do IBD, empresa que regulamenta a questão da certificação orgânica (Dantas, 2016).

Figura 6. Alambique Samanaú.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

3.5 Engenho Papary

A Fazenda Brasileira Augusta, onde funciona o alambique da Cachaça Vila Imperial Papary, localiza-se no município de Nísia Floresta, Antiga Vila Imperial Papary, a 38 (trinta e oito) quilômetros de distância de Natal-RN, a 5 (cinco) quilômetros da Praia de Barra de Tabatinga e dois quilômetros da Lagoa do Carcará, atrativo turístico da região.

Tem como proprietário o senhor João Helder (advogado) e como responsável pela produção o senhor Carlos Reny de Araújo, que já mantinha negócios com a fazenda há alguns anos, mas não na área de produção de cachaça. Após pesquisas em alambiques nos grandes centros produtores de cachaça como também nos Estados Unidos, percebeu que existe uma demanda considerável, resolveu se aperfeiçoar em gestão de alambiques e, junto com o proprietário,

analisaram a situação, resolvendo que após o esgotamento da cachaça estocada, irão produzir uma cachaça cuja produção possa ser associada à questão turística e ao mercado interno e externo.

A fazenda possui 800 hectares, sendo que a parte que compreende o alambique é de aproximadamente 10.000m². No período de produção, entre três a quatro meses, trabalham oito funcionários. Quando não está produzindo, no caso do período atual - faz quatro anos que não fabricam a cachaça, apenas estão comercializando o que está no estoque (Dantas, 2016). Por sua vez, o alambique tem uma capacidade de estocagem de 60.000 litros, sendo a capacidade de produção de até 80.000 litros. Atualmente, a atividade se resume ao envase e venda na própria lojinha do alambique, sendo necessários três funcionários (Dantas, 2016).

Os empregados são da comunidade Timbó, onde se localiza o alambique e que tem um considerável potencial turístico, tendo em vista que está no litoral, em meio a praias e lagoas. Além de ser uma localidade onde a história é rica e remete a fatos da história do Rio Grande do Norte e do Brasil (Dantas, 2016). Segundo o entrevistado, a Papary é a cachaça artesanal mais antiga do Estado, tendo começado suas atividades em 1999.

Aberta diariamente, das 09h às 17h, mesmo na baixa estação, há uma frequência regular de visitantes, tendo em vista sua localização que, além das praias já mencionadas, destacam-se as lagoas do Carcará, Lagoa do Bonfim e Lagoa de Alcaçuz. Outrossim, as cachaças produzidas no alambique são a Papary envelhecida (armazenada) e Papary prata, cuja produção foi retomada em 2016 (Dantas, 2016).

A introdução da cachaça branca (prata) é realizada com o intuito de colocar no mercado um produto mais viável, para atingir um público maior, tendo em vista que a cachaça envelhecida em barris de carvalho passa, no mínimo, um ano e três meses (no caso da Papary), tem um valor agregado muito alto, o que direciona o consumo a um público bastante restrito (Dantas, 2016). A intenção é colocar envasamentos distintos para os dois tipos de cachaça, branca e envelhecida.

De forma geral, as cachaças produzidas no alambique não são orgânicas, segundo o senhor Carlos Reny. As condições para produzir a cachaça orgânica da fazenda são: lavoura própria, a utilização de produtos exclusivamente orgânicos

para adubos entre outras exigências estabelecidas por lei. O motivo que dificulta a produção orgânica seria a burocracia (Dantas, 2016).

Quanto ao processo de produção, a estrutura do alambique se dispõe da mesma forma dos outros visitados, inclusive na capacidade, o que chama a atenção é a forma de armazenamento pois, além dos tradicionais barris de madeira, onde toda a cachaça produzida, primeiramente é armazenada em um barril de madeira neutra de 10.000 litros e posteriormente transferida para o de carvalho, existem também outros tipos de reservatórios, como: Barris de aço, inox e uma cisterna de alvenaria de 25.000 litros, revestida por um material que, segundo o entrevistado, não altera as propriedades organolépticas da cachaça (Dantas, 2016).

Atualmente, as vendas da cachaça desse alambique se concentram apenas no estado do Rio Grande do Norte: em supermercados, conveniências e lojas especializadas. Mas, existe a intenção do proprietário em expandir essa oferta, inclusive já foram enviadas amostras da Papary para os EUA, para a avaliação de bartenders de San Francisco e Los Angeles (Dantas, 2016).

Figura 7. Engenho Papary.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

No Rio Grande do Norte, percebeu-se que as visitas nos alambiques já existem, mas de forma isolada, sem estar inseridas em um contexto, que é o objetivo principal de um roteiro (Dantas, 2016). Com isso, pretende-se analisar de forma comparativa, as duas propostas de rotas, a contribuição desses produtos para o desenvolvimento das regiões as quais estão inseridas.

No Brasil, o turismo voltado a produtores de bebidas já é uma realidade, principalmente no eixo Sul/Sudeste do país, que atrai centenas de milhares de visitantes todos os anos, gerando renda não apenas com os passeios, mas também com o comércio de produtos aos visitantes. Produtores, associações e governos se inspiram pela história de sucesso dessas regiões produtoras, e a visitação a alambiques vem se tornando não apenas possível, como incentivada, organizada e tratada como forma de incrementar a renda de produtores artesanais e regiões produtoras (Mapa da Cachaça, 2015).

Já existem artigos sobre visitas a alambiques, mostrando que nos principais estados não se produz apenas cachaças excelentes, mas como existe toda uma estrutura acessível ao turista, como forma de revelar todo esse potencial turístico (Dantas, 2016). Como nas regiões em que está sendo realizada a pesquisa, existe todo um potencial turístico, levando em consideração fatores como, produção, instalações, infraestrutura, a ligação dessa produção com o patrimônio cultural com a historicidade dos dois países, vislumbramos não só descrever e apresentar esse potencial como acreditamos que esse estudo comparativo possa servir como uma ferramenta importante para o desenvolvimento da atividade turística nas duas regiões.

Buscou-se entender como se dá a concepção e organização das propostas das rotas, no que diz respeito à acessibilidade, sinalização, divulgação, percepção dos visitantes ou futuros visitantes, como a mão de obra dos alambiques e a própria população local se insere nesse processo, que tipos de serviços disponibilizam aos visitantes. Nesse sentido, recorreu-se à análise de informações proveniente de pesquisas anteriores, consultas bibliográficas, percepção dos turistas que já fizeram a rota (até agora aplicada somente na rota potiguar).

Com a presente pesquisa pretendeu-se contribuir para um conhecimento mais aprofundado do setor e analisar a ligação e como pode ser complementada com outros serviços turísticos oferecidos nas regiões. Estes entendimentos poderão

ser decisivos para desenvolver e diversificar a oferta de novos serviços por parte dos cachaceiros e os produtores da aguardente vínica, trazendo reflexões e estratégias para a melhor gestão das rotas propostas.

Tendo como base o conceito de “enoturismo” que, por sua vez, é um conceito recente, sua definição ainda se encontra em formação, alguns autores definem como um segmento da atividade turística que se baseia na viagem motivada pela apreciação do sabor e aroma dos vinhos e nas tradições e cultura das localidades que produzem esta bebida.

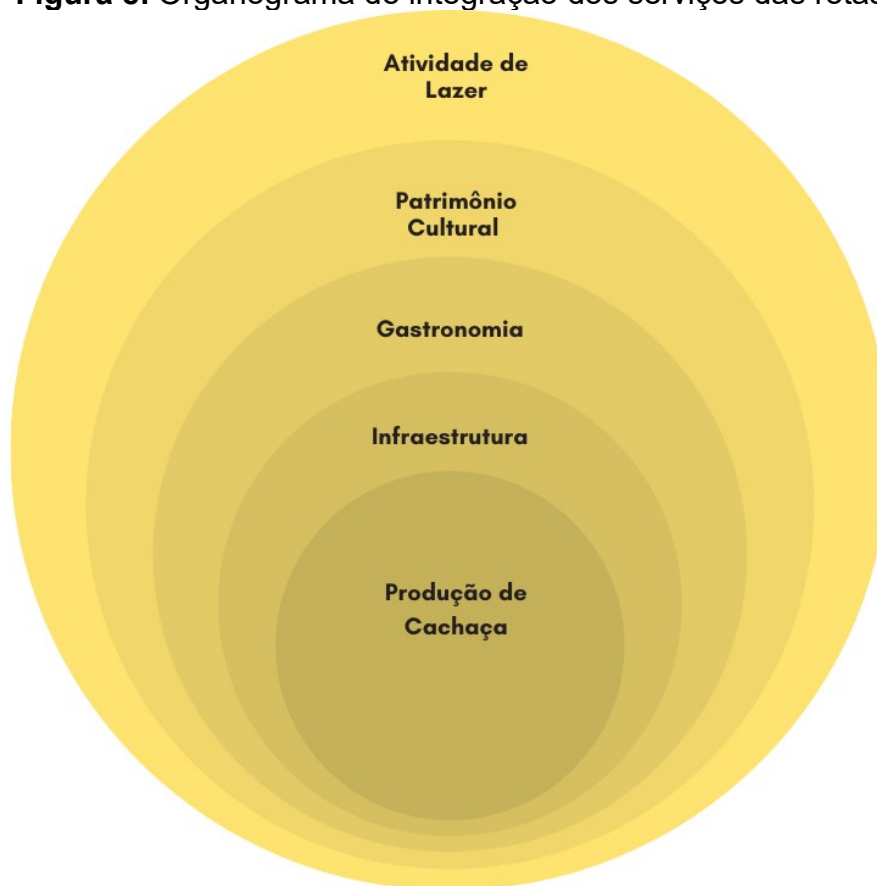
De acordo com Getz (2000), o conceito de enoturismo engloba três componentes interligados: a) turismo baseado na atração de uma região vinícola e dos seus produtores; b) forma de *marketing* e de desenvolvimento de um destino/região; c) oportunidade de *marketing* e vendas diretas por parte dos produtores de vinho. Trata-se, assim, de um produto turístico capaz de abranger interesses públicos e privados e que somente funciona em pleno com um esforço conjunto de diversas entidades (Abreu & Costa, 2002).

De acordo com Abreu e Costa (2002), um destino de enoturismo só é possível em uma região demarcada com uma grande área de vinha, um grande número de produtores e um grande volume de produção que permita uma presença constante e alargada nos locais de distribuição.

Assim como no enoturismo, sem a cultura do vinho a atividade não pode existir, no “Turismo de experiência baseado na produção de cachaça e aguardente vínica” a lavoura de cana-de-açúcar, e os vinhedos também são essenciais, como também toda a infraestrutura dos alambiques (Dantas, 2016). É importante que os turistas percebam isso em todas as etapas da sua visita. A qualidade dos equipamentos turísticos nessas regiões produtoras é outro dos fatores essenciais para o sucesso do desenvolvimento da atividade.

O organograma ilustrado a seguir está relacionado ao enoturismo, mostrando que, teoricamente, é possível de aplicação no turismo, baseado na produção de Cachaça e ou aguardente vínica, segundo Simões (2008). A atividade pode ser definida levando em consideração os aspectos tanto da oferta quanto da demanda.

Figura 8. Organograma de integração dos serviços das rotas.



Fonte Dados da pesquisa, 2019.

No primeiro caso, a atividade apresenta-se organizada e estruturada especialmente em torno das rotas da cachaça. Estas são, assim, um produto turístico por roteiros divulgados e sinalizados, estabelecido em uma rede de serviços idealizando-se a formatação de oferta turística.

No caso da demanda, este é visto como um conjunto de atividades associadas as visitas diretamente aos alambiques, visitas a museus da cachaça, participação em festivais de cachaça, trilhas temáticas, utilização de restaurantes ou casas especialistas em culinária que tem como elemento a cachaça, tais como: doces e sorvetes, tendo como principal objetivo o conhecimento e a degustação das cachaças ou aguardentes produzidos nas regiões visitadas.

Presume-se que o contato direto do turista com as atividades que envolvem a produção artesanal de cachaça, além de todo patrimônio arquitetônico, cultural e paisagístico relacionado a essa produção alavanque o desenvolvimento na região.

Figura 9. Sinalização dos alambiques da Rota da Cachaça potiguar.



Fonte Acauã Viagens e Turismo, 2019.

A produção de cachaça artesanal é desenvolvida, praticamente, toda fora das áreas urbanas, onde nas regiões do estado do rio Grande do Norte/Brasil e Vale do Douro/Portugal podem assumir papel importante no desenvolvimento regional. Além disso, depois de consolidadas as rotas, existe a possibilidade de criação de postos de trabalho, geração de receita, atrair novos investimentos, além de aumentar o leque de produtos turísticos dessas regiões.

Os turistas que se propõem a fazer esse tipo de roteiro tem como motivação o contato com o produtor, a degustação da cachaça como também dos

produtos que a tem como ingredientes (doces, sorvetes, bombons), visitas aos alambiques em toda sua estrutura (salas de moagem, fermentação, destilação, envelhecimento, envasamento), aprendizagem sobre a produção, paisagens, levando em consideração que a maioria dos alambiques está localizada em zona rural e a proposta da rota da aguardente vínica também, tendo em vista que essa utiliza-se da estrutura já existente das rotas dos vinhos em Portugal.

Considerando o Quadro 2 para exemplificar os elementos que compõem a atividade do enoturismo, explicamos - do ponto de vista da produção de cachaça artesanal - o que procuram os turistas, as atribuições dos cachaceiros e quais os serviços podem ser ofertados por terceiros dentro dessa cadeia produtiva.

Quadro 2. Elementos do turismo de cachaças.

TURISTAS	CACHACEIROS	SERVIÇOS TERCEIRIZADOS
Degustação de cachaças	Planejamento	Pacotes Turísticos
Degustação de produtos que levam cachaça	Conservação dos acessos	Transporte
Visitas guiadas	Informação	Hospedagem
Compras	Receptivo dos turistas	Alimentação
Cohecimento	Infraestrutura	Eventos
Lazer	Eventos	Consultorias

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

O segmento de turismo em questão pode trazer vantagens para muitos produtores de cachaça e aguardente vínica, principalmente quando falamos de bebidas artesanais por oferecerem algumas vantagens como: venda direta, sem atravessadores, onde podem maximizar a margem de lucro - através do chamado *marketing* “boca a boca”, na busca por melhorar os seus serviços através de *feedback* dos clientes, produzir uma linha personalizada para eventos tipo casamento, aniversário, etc. Fidelização dos clientes, surgimento de parcerias com agências de viagens, restaurantes, guias de turismo e artesãos também devem ser levados em consideração.

Mas, como mencionado anteriormente, para que a atividade na região dos alambiques funcione de forma sustentável, a comunidade tem que estar inserida em todo o processo e sejam beneficiados através de: fluxo regular de visitantes, desenvolvimento de uma marca (imagem) do local como destino turístico, atração de novos investimentos, geração de emprego e renda, realização de eventos e conhecimento do patrimônio cultural local - o que acarreta em sua preservação,

melhoramento da infraestrutura existente ou implementação de infraestrutura turística.

3.6 Alambique Beira Rio

De acordo com o senhor, Joab Alves Pinheiro, entrevistado no Alambique Beira Rio, a proposta de fazer cachaça surgiu de uma tradição familiar, cujo bisavô era proprietário da terra herdada. Segundo Pinheiro, desde criança conhece a região de Japecanga e enfatiza a questão do valor herdado. Tal valor traduz ao que se refere à produção de rapadura por sua família e a identificação dessa atividade com a região de Japecanga, cujo produto recebeu o próprio nome. No histórico familiar tem-se a ideia de que a primeira produção da fazenda teria sido de cachaça, uma coisa bem artesanal, o que não poderia ser diferente, tendo em vista que começou com seu bisavô. Pinheiro enfatiza, também, que ainda existe resto de uma antiga tapera, produção encerrada justamente com o início das legalizações para produção da bebida.

Ao que diz respeito ao histórico do Alambique Beira Rio, Pinheiro afirma que ele criava coelhos que eram comercializados com redes de supermercados como: Nordestão e Carrefour, e que apesar de ter todo o equipamento necessário e a empresa legalizada, a burocracia o fez finalizar esta atividade comercial. Como a tradição familiar era o cultivo da cana-de-açúcar para a produção da rapadura, resolveu-se produzir a cachaça por perceber que agregava valor a matéria-prima. Deste modo, Pinheiro começou a pesquisar sobre a produção e comercialização, o fazendo comprar um pequeno alambique no Rio Grande do Sul, pela internet. Pinheiro foi à Minas Gerais para vivenciar como se produzia uma cachaça de qualidade, começou pequeno, e foi fazendo crescer a produção de cachaça ao longo dos anos.

O Alambique Beira Rio fica localizado a 20 km de Natal, sendo uma propriedade de 150 hectares, possuindo oito herdeiros. A propriedade é cortada por um rio, possuindo 3 (três) funcionários que atuam na lavoura - tendo em vista que a produção é pequena, apenas 1000 litros por ano, ao ponto que o responsável pelo processo de fabricação e venda é o proprietário. Destarte, que o Alambique tem uma

produção de 1000 litros por safra, com capacidade de armazenamento de 10.000 litros, pois o alambique é de 350 litros.

O Alambique Beira Rio aproveita o álcool para o carro e também realiza descarte no processo de fabricação da cachaça. Produzem duas dornas de mil litros, fermentado da própria cana, misturado com um pouco de milho e um pouco de arroz - trabalha-se com quinze brix de açúcar. Cabe ressaltar que existe um controle de estoque tendo que discriminar quantos litros de cachaça são produzidos - Pinheiro enfatiza, por diversas vezes, sobre a rigidez e falta de flexibilidade da legislação. Como combustível, utilizam: bagaço de cana, poda de algodão, poda de cajueiro e casca de coco.

Depois da destilação, por conseguinte, a cachaça é filtrada para tirar as impurezas maiores, depois passa por um filtro de resina (filtro de troca iônica) para retirada do excesso de cobre, ainda passa por um terceiro - depois, é armazenada. Por conseguinte, quando vai ser engarrafada, toda a cachaça é filtrada novamente. As garrafas são recicláveis - sendo usadas por diversas cachaças. Quanto às enchedeiras, possuem seis bicos, mas só dois são utilizados.

Os tipos de cachaça produzidas no alambique são: a branca (prata) e a armazenada em barris de carvalho e castanheira do Pará (ouro). A cachaça ouro não tem tempo certo para o envasamento - quando incorpora cor e sabor da madeira, é engarrafada. Quem faz o controle é o proprietário. Além disso, não se produz cachaça envelhecida. Todas as cachaças produzidas no Alambique Beira Rio são de 350 ml além do mel de engenho que é entregue na CEASA (Centrais de Abastecimento do RN S/A), rotulado e comercializado. As cachaças são armazenadas em barris de 3000 litros, 2000 litros e 350 litros. O público-alvo do Alambique Beira Rio é: mercadinhos de bairro e conveniências na grande Natal e Caicó.

A cachaça produzida no alambique é comercializada a um baixo preço porque o objetivo principal é promover o nome no mercado. Pinheiro afirma fazer uma tradição e cita outros exemplos como a Triunfo-PB como estratégias contrárias. Ele quer associar a cachaça Beira-Rio à região de Japecanga - famosa produtora de rapadura. Afirma, ainda, que foi de encontro aos outros produtores de cachaça do estado, com relação a financiamentos bancários para implantar um negócio de maior porte, se espelhando no produtor da Cachaça Serra Limpa da Paraíba, no que diz

respeito a estratégias de fomento a “tradicionalização” de sua cachaça. Segundo Pinheiro, só existem duas maneiras de divulgar a cachaça, quais sejam: 1 - investindo bastante no marketing e mídias; 2 - colocando a um preço acessível e tentar atingir um público específico.

De acordo com Pinheiro, é difícil viver do agronegócio no Rio Grande do Norte, principalmente a partir de um produto que, apesar de ser de excelência, não possui uma identidade com o seu povo, não existe uma tradição de produzir cachaça de alambique, muito menos de consumi-la. Além da marginalização, discriminação e falta de conhecimento - o que acarreta em uma banalização de uma bebida rica em qualidade e história.

Um dos motivos que contribuem para a não popularidade da cachaça norte-rio-grandense é o tempo de produção, pois na época que foram implantados os primeiros alambiques do estado, já existia uma fiscalização mais atuante e uma carga tributária maior. Deste modo, para começar a produção e as ações de marketing foi necessário investimento elevado para atingir os padrões de qualidade já exigidos, enquanto em outros estados, como a Paraíba, a produção ocorreu de forma tranquila durante muito tempo. Quando as exigências aumentaram na Paraíba, os produtores já estavam estabilizados, com um produto conhecido e com condições suficientes para se adequarem e implementarem, cada vez mais, seus negócios.

Como estratégias de fomento, pública ou privada, para a utilização da cachaça no contexto turístico no estado do Rio Grande do Norte, Pinheiro destaca o papel do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e das feiras como a Feira Internacional de Artesanato de Natal, bem como a formação de um grupo de produtores. Pinheiro destaca, contudo, que a legislação, políticas públicas direcionadas e os altos custos com impostos dificultam ampliação do negócio.

4 CONTEXTO PORTUGUÊS

4.1 Os sabores líquidos do Porto

Voltando a atenção para o caso português, onde muitos produtores de aguardente são os mesmos do vinho, o que representa uma enorme vantagem, a expertise, as instalações, a história e personagens da aguardente são coincidentes.

Portugal foi consagrado como um destino turístico de êxito. Em relação a 2016 as receitas provenientes do turismo aumentaram em 19,7% e os lucros totais subiram 16,6%. A oferta hoteleira acompanhou o crescimento do turismo, pois em 2017 abriram 44 novos hotéis no país e estava previsto a abertura de mais 50 hotéis no ano de 2018. O número de visitantes aumenta desde 2014 (Motta, 2017). Em 2017, foram quase 21 milhões de visitantes que fizeram com que as receitas provenientes do turismo, 12 bilhões de euros, dobrassem em dez anos (República Portuguesa, 2020).

A visita do Papa Francisco, os esforços de promoção dos órgãos responsáveis pelo turismo, o centenário da aparição de Nossa Senhora de Fátima e os prêmios internacionais recebidos de revistas e organizações mundiais de turismo contribuíram para o sucesso e consolidação de Portugal como destino de turismo de destaque no cenário internacional. Para 90% dos turistas que escolheram viajar a Portugal, a gastronomia foi um fator decisivo ao eleger o país como destino e 83% responderam ter um elevado nível de satisfação com a gastronomia e vinhos (Turismo de Portugal, 2015).

A gastronomia e os vinhos também estão entre os 10 elementos de enfoque do plano estratégico de turismo (Diário de Notícias, 2017). Este destaque para a gastronomia e vinhos portugueses, bem como seu reconhecimento, vêm da tradição portuguesa em produzir uma enorme variedade de produtos em espaço reduzido, tendo em sua mesa uma rica diversidade de ingredientes e sabores, populares no imaginário do turista. Azeites de qualidade, queijos caprinos, ovinos e bovinos, doces, peixes, mariscos, frutos do mar, porcos, embutidos, castanhas, entre muitos ingredientes compõe a vasta gastronomia portuguesa. Tudo isto desperta a curiosidade e vontade dos turistas em conhecer mais a fundo a

gastronomia, os produtores e as atividades relacionadas a estes produtos e experiências.

Apesar de fatores externos que assombraram Portugal em 2017, como por exemplo vários incêndios – durante o período da seca, a *Organisation Internationale de la Vigne et du Vin* previu o aumento de 10% na produção de vinhos de 2016 para 2017, ano de baixa histórica de produção na Europa, devido às condições climáticas desfavoráveis para as regiões vitivinícolas. O vinho é a bebida alcoólica portuguesa mais conhecida internacionalmente e o país se consolidou como o 9º maior exportador mundial da bebida. Em 2015, Portugal foi o maior consumidor de vinho do mundo com 54 litros por ano per capita (Arouche, 2020).

Não por acaso, em 2014 foi criada a Associação das Rotas do Vinho de Portugal que tem o objetivo de fomentar um turismo de vinho de qualidade, baseado em uma promoção integrada das Rotas do Vinho de Portugal, em que estabelece parceria com as 13 regiões vitivinícolas para promover futuras atividades de enoturismo.

Mas, além do vinho, Portugal também tem outras bebidas alcoólicas que fazem parte de seu patrimônio gastronômico, como o Licor Beirão, a Ginja de Óbidos e Alcobaça¹², os licores regionais, como licores de cogumelo, castanha e cereja da Serra da Gardunha, licor de leite, licor de poejo, medronho do Algarve, rum da Madeira, poncha da Madeira, Granito Montemorense, e as “Aguardentes e Bagaceiras”.

Estas últimas, têm tradição secular de fabricação em solo português e, junto com produtos internacionais equivalentes como Brandy, Calvados, Cognac, Armagnac, entre outros, configuram no patamar de destilados de vinhos e sucos fermentados de frutas diversas altamente apreciados pelo seu envelhecimento e características organolépticas.

No entanto, a aguardente e a bagaceira são produtos subestimados. Considerando, por conseguinte, a excelente fase turística que Portugal vive e o potencial de transformação desta rota em um produto legítimo, possível e vendável, afirma-se que não há melhor momento para desenvolvê-la do que o presente momento.

¹² Fruta da família das cerejas que é produzida na região que se estende desde o Parque Natural da Serra de Candeeiros até o Oceano Atlântico, sendo caracterizada por sua intensidade aromática e pelo seu sabor azedo equilibrado.

Figura 10. Bebidas produzidas em Portugal.



Fonte: Motta, 2019.

Portanto, objetiva-se estruturar a rota turística da aguardente em território português para que turistas e residentes possam conhecer e apreciar mais profundamente esta bebida, beneficiando sua preservação e promoção como patrimônio imaterial português e trazer receitas para os locais escolhidos como pontos de visitação e atrativos da rota.

Considerou-se, no estudo de Motta (2019), em que é descrito que para a “Rota da Aguardente” seja atrativa e fomenta o consumo, conhecimento e imagem da aguardente, e gere benefício econômico para os seus agentes, necessitando de

uma sinergia produtiva entre seus atores, o que só pode ser alcançado através da instalação de uma rede cooperação coesa e atuante.

Esses atores são do setor público e privado, que ao perceberem e adotarem a rota como mais uma ação estratégica e mercadológica, de forma coletiva e integrada, pode conquistar mercados diferentes, fomentar o adensamento dos negócios, diminuir custos de operações, consolidarem-se como um destino turístico e transformarem-se em negócio rentável e comercial (Motta, 2019).

Os atores privados e públicos da rota da aguardente, devem em parceria, promover, debater, e analisar criticamente e continuamente para que suas ações sejam sustentáveis, duradouras e crescentes, trazendo ampliação do mercado de trabalho nas regiões e agentes envolvidos, fortalecimento da identidade do produto aguardente e suas regiões e aumento de competitividade local frente a outras regiões e rotas turísticas (Brasil, 2010). Através do trabalho desenvolvido por Motta (2019), foi sugerido uma proposta de logomarca da Rota da Aguardente Portuguesa.

Figura 11. Logo da Rota da Aguardente Portuguesa.



Fonte: Motta (2019).

Para esta rota, foram escolhidos onze locais de visitação divididos não apenas em produtores de aguardente, mas também em agentes culturais, adegas

de vinho do porto, uma tanoaria (rodapé) e uma fábrica de alambiques, uma vez que ambos equipamentos fazem parte da fabricação da aguardente, como está exposto no roteiro a seguir:

Figura 12. Rota da Aguardente Portuguesa.



Fonte: Motta (2019).

Os locais visitados no roteiro foram: a) Produtores de Aguardente: Adega Cooperativa de Lourinhã; Quinta da Aveleda – Penafiel; Caves Solar de São Domingo – Anadia; Quinta das Bageiras – Sangalhos; e, Valle Pradinhos. b) Agentes culturais: Palácio da Brejoeira – Monções e Aliança Underground Museum – Sangalhos. c) Adeegas de Vinho do Porto em Vila Nova de Gaia: Cockburn's e Tanoaria e Real Companhia Velha. d) Tanoaria e Fábrica de Alambique: Cooper Crafts e Josafer Tanoaria.

Na rota supracitada, há a sugestão de ordem de visitas baseada na localização de cada atrativo. Do ponto 1 ao ponto 11 são 796 quilômetros de distância que, para melhor aproveitamento, são divididos em 8 dias e 7 noites. Como

apoio a esses locais, foram escolhidos 4 hotéis que têm o vinho como tema. Embora não esteja sendo comercializada, ações semelhantes, porém mais discretas também já foram executadas e serão apresentadas no texto (Motta, 2019).

Ao considerar o contexto interno de Portugal, foi realizada essa comparação, pois existe uma peculiaridade que devemos levar em consideração. Tendo em vista que o vinho é a principal bebida deste país, fica mais fácil o entendimento de existir uma bebida como eles chamam “a bagaceira ou aguardente vínica de subproduto, ou bebida de qualidade inferior”.

Já no caso brasileiro, a cachaça é a principal bebida, a bebida tradicional, a bebida ou o produto de modo geral que acompanhou toda a trajetória de evolução do Brasil, desde o período colonial, passando pelos ciclos econômicos subsequentes, nas revoluções, na expansão territorial para o interior do país - mesmo ainda sendo discriminada e levada à ideia de marginalização.

Antes de adentrar nas especificidades das bebidas aqui expostas, buscamos entender essa construção social e econômica do gosto e das preferências, tendo como base a “Distinção” de Pierre Bourdieu.

Bourdieu (2007) considera a ideia de que existe um gosto provável para cada posição social que, por sua vez, estão ligadas as posições da vida em sociedade, ou seja, pelos sistemas de diferença. O referido autor observa a distinção entre vários grupos sociais, onde são constituídos fatores de análise através do entendimento do que seja capital cultural e capital econômico e que, dentro de uma mesma classe, a posição do indivíduo social varia de acordo com sua trajetória de vida, de como esse indivíduo chegou aquele grupo social.

As formas de entendimento do mundo estão ligadas à posição social, que faz com que o indivíduo social perceba como é sua relação com os bens culturais e classifica-los, como as obras de arte, teatro, “gastronomia”, de uma maneira diferente.

Esses fatores são importantes para compreender um grande número das diferenças éticas ou estéticas entre os membros de uma mesma classe. Assim, o hábito se torna um princípio unificador, e ao mesmo tempo agrega as práticas da sociedade

Bourdieu (2007) mostra como esse posicionamento contrário varia e, em determinados momentos, se aproxima de um dos extremos da estrutura social. Dito

de outra forma, se desenvolve de acordo com a trajetória social de cada indivíduo do grupo a que pertence, sejam professores secundários, profissionais liberais, ou empresários do comércio e da indústria.

Ainda de acordo com o autor supracitado, a questão do consumo da obra de arte, aborda também outras práticas distintas, como o turismo, também carregado de todo discurso de acompanhamento, onde destinos são privilegiados por essas qualidades intrínsecas nas pessoas, e a incorporação dos sinais distintivos e dos símbolos de poder sob a modalidade de distinção natural, de autoridade pessoal ou de cultura.

Ao abordar sobre as variantes do gosto dominante, entende-se que Bourdieu (2007) se refere ao capital cultural e o econômico distribuídos entre as frações que dessa classe fazem parte, em que tratam suas escolhas e preferências por ambientes harmoniosos, refeições simples, transformando as necessidades em virtudes, maximizando o lucro que se pode tirar do capital cultural ou buscar essa satisfação através do capital econômico.

Os objetos de luxo e a “alta gastronomia” expressam e servem de moldura a existência burguesa, onde existe uma “vida dupla”: desinteresse contra interesse, arte contra dinheiro, espiritual contra temporal. Cabe destacar que são fatores importantes dessas oposições, as diferenças entre as gerações e as diferenças relativas à diversidade dos modos de acesso aos cargos de diferentes níveis, sejam através de diplomas, e promoção, mudanças resultantes da economia, do comércio ou gestão.

Para Bourdieu (2007), tudo indica que esses diferentes modos de acesso definidos pelo tipo de capital, correspondem a carreiras bastante diferentes, realizando comparação entre os atores sociais do setor público e privado, destacando os locais que são mais frequentados, obras de arte, gastronomia, ou seja, aspectos de estrita competência cultural. Essas diferenças seriam muito mais marcantes se cada uma das duas categorias não possuíssem uma fração de indivíduos que apresentam as propriedades dominantes na categoria oposta.

Surge a nova burguesia, a de negócios, onde uma nova dinâmica de inserção e permanência é estabelecida, que é a interação com jornais e seminários especializados em economia, que caracteriza a classe. Nesse sistema, surge o

turismo de negócios, onde eventos são realizados e uma gama de serviços ligados aos segmentos em questão são desenvolvidos (Bourdieu, 2007).

Bourdieu (2007) aborda, também, das diferentes espécies de capital como determinantes para o pertencimento as classes, e posição na relação de força dentro de uma mesma classe, que possuem a capacidade de ao mesmo tempo serem instrumentos de poder e pretextos de luta pelo poder.

A bebida mais famosa de Portugal, o “vinho do Porto”, como se conhece hoje, fortificado, de inúmeras classificações quanto aos seus tipos (envelhecimento, doçura, cor, etc.), de prestígio e conhecido em todo o mundo, não existiria se não fosse pela aguardente.

A história deste vinho tem inícios pré-históricos, quando já havia uvas nas suas colinas, mas assim como o restante da plantação de uva no território português, o Douro também se beneficiou de encorajamento romano para a propagação da vinificação destas uvas (Martins, 2000).

O vinho só começa a ser produzido após ser reconhecido como uma mercadoria importada - como um item de comércio com sociedades que exportam vinho. Outrossim, é a partir da necessidade de satisfazer o consumo interno que a vinicultura e a vinha são introduzidas que o vinho se tornou a bebida nacional dos romanos, ultrapassando uma série de impedimentos culturais (Phillips, 2003).

As denominações são homônimas. Porém, as idades de envelhecimento variam de acordo com os órgãos regulatórios de cada região. Estas denominações são aqui apresentadas para que possa haver maior compreensão dos termos expostos que serão utilizados nos pontos de visita da rota (Motta, 2019).

Há indícios documentais das primeiras exportações de vinho da região do Douro no século XIII justamente para a França, no entanto, o primeiro tratado de comércio assinado com a Inglaterra data de 1353, tornando-se ambos aliados permanentes em 1386 (Martins, 2000).

A Inglaterra é um personagem crucial para o desenvolvimento do vinho do Porto, pois foi graças aos seus acordos comerciais de importação do vinho produzido na região do Douro para suas terras é que o vinho do Porto tem as características de hoje. A mais antiga vinícola do vinho do Porto é a Köpke, fundada em 1638. Para adaptarem-se ao gosto dos britânicos, que era de vinhos doces e mais alcóolicos, e prevenir o vinho de estragar durante a navegação até a ilha

britânica, 20 litros de aguardente vínica era adicionada por barrica de 550 litros (Martins, 2000).

Alguns produtores adulteravam os vinhos e adicionavam açúcar de cana ou aguardente de baixa qualidade e proveniente de outras frutas, o que deteriorava as relações comerciais e prejudicava a imagem da região (Martins, 2000).

O governo da época, como medida intervencionista, criou em 1756 a Real Companhia Velha, por alvará do rei D. José I e seu primeiro ministro, o Marquês de Pombal, com intuito “de sustentar a cultura das vinhas, conservar a produção delas na sua pureza natural, em benefício da Lavoura, do Comércio e da Saúde Pública” (Real Companhia Velha). Isto é, o objetivo da “Companhia” era o de encorajar o cultivo das vinhas, preservando a autenticidade dos produtos e controlando seu preço (Martins, 2000).

Figura 13. Visita às Caves de Vinho (Vila Nova de Gaia).



Fonte: Dados da pesquisa, 2020.

Em 1760, a empresa obteve autorização para produzir sua própria aguardente vínica. E, finalmente, por volta dos anos 1850, é que efetivamente se torna uma prática comum adicionar altas quantidades de aguardente vínica nos vinhos tintos do Douro (Galego & Almeida, 2007).

Hoje, nas mesmas barricas, a divisão e medida padrão aproximada é de 1/5 de aguardente, equivalente a 115 litros de aguardente vínica, para cada 4/5 de mosto de uva, aproximadamente 435 litros (Martins, 2000). Portanto, é indispensável que algumas vinícolas produtoras de vinho do Porto localizadas em Vila Nova de Gaia sejam pontos de visita para a rota da aguardente.

4.2 Rotas da memória portuguesa

Segundo Motta (2019), o enoturismo é um segmento do turismo que está em desenvolvimento em Portugal. Muitas vinícolas e outros agentes ligados ao enoturismo português já estão com sua estrutura para recepção aos visitantes bem preparados e prontos para recebê-los e promover seus produtos, quintas, instalações transformando este conjunto em experiências turísticas com poder de atração de turistas.

A inexistência de uma rota específica para a aguardente no país contribui para o não reconhecimento e valorização da aguardente como um produto em potencial para ser tão valorizado quanto o vinho ou os doces portugueses. Apesar de haver uma oferta mercadológica menor de marcas de aguardente vínica, ela é um subproduto do vinho e parte integrante essencial do vinho do Porto. Muitos produtores de aguardente são os mesmos do vinho, o que representa uma enorme vantagem ao formatar a rota da aguardente, pois a expertise, as instalações, a história e personagens da aguardente são idênticas e, portanto, a infraestrutura já está estabelecida, sendo esta uma vantagem para a aguardente (Motta, 2019).

Esta rota turística tem como objetivo principal atrair a atenção de turistas e visitantes nacionais e internacionais para a aguardente como produto intrínseco da história portuguesa e o grande desafio para a rota será atrair a atenção para o produto aguardente e fazer com que os locais de visita e as empresas envolvidas desenvolvam produtos turísticos, degustações, treinamentos para a equipe que sejam específicos para a aguardente.

Seus objetivos são fazer com que nomes desconhecidos de produtores sejam conhecidos, de trazer melhorias de infraestrutura turística (rotas de acesso, instalações, sinalização, treinamento de equipe, etc) e dar reconhecimento e prestígio para a bebida como patrimônio imaterial histórico português.

4.3 Quinta da Aveleda – Penafiel

Resultado de um sonho do fundador chamado Manoel Pedro Guedes, a Quinta da Aveleda lançou o seu primeiro vinho branco, o qual foi aprovado pelos principais críticos de Paris e Berlim, auferindo reconhecimento em relação a sua qualidade através de uma medalha de ouro e outra de prata. Notadamente, possui um vinho distinto e com qualidade que o permite ser distribuído para mais de 70 países.

Depois de 150 anos, Aveleda concretizou muitos sonhos, inovando na sua maneira de produção do vinho, cuidados com a vinha, crescimento voltado para a sustentabilidade, permanecendo em constante evolução e mudança ao longo de 5 (cinco) gerações da mesma família.

Para a família proprietária da empresa, o vinho significa um trabalho que depende de um conjunto de pessoas responsáveis por cuidar da adega, da vinha, dos jardins, das linhas de engarrafamento, bem como da comercialização, divulgação e captação de clientes para o vinho produzido.

Do Minho até Douro, do Atlântico até Gerês e ao Marão, um conjunto de 9 (nove) sub-regiões compõe condições diferenciadas para criar uma Região Vínica singular dentro e para além das fronteiras (Aveleda, 2022).

Está localizada na região Noroeste de Portugal, limitada ao Norte pelo Rio Minho, ao Sul pelo Rio Douro e serras da Freita, Arada e Montemuro, ao Oeste pelo Oceano Atlântico e ao Leste pelas Serras da Peneda, Cabreira, Gerês e Marão.

O clima na região é marítimo moderado, possuindo nebulosidade, elevada precipitação e alto teor de humidade no inverno. No verão, o clima é quente e seco, com temperaturas amenas e pouca variação de temperatura ao longo do dia (Aveleda, 2022).

Figura 14. Quinta da Aveleda – Penafiel.



Fonte: *Visit Portugal*, 2022.

A região do “Vinho Verde”, por sua vez, é considerada uma das 14 (catorze) regiões vínicas de Portugal, situada na região geográfica do Minho e Douro Litoral, contemplando Alentejo, Bairrada e Douro. Cabe ressaltar que “Vinho Verde” não diz respeito a um tipo ou cor de vinho. As uvas, por sua vez, são colhidas no estado de maturação e não quando estão na cor verde. Na medida em que o seu processo de colheita e vinificação é semelhante ao processo de vinificação de vinhos brancos, rosês e tintos praticados pelas outras regiões portuguesas (Aveleda, 2022).

Antes, seus sistemas de condução realizam o aproveitamento das bordas dos campos, não permitindo exposição solar dos bagos, dificultando o processo de maturação das uvas. Atualmente, as uvas são colhidas em perfeito estado de maturação a garantir a qualidade de seus vinhos.

Está localizada na sub-região denominada “Sousa”, possuindo 100 hectares. Suas castas, por sua vez, contemplam: Alvarinho (40%); Loureiro (25%); Arinto (15%); e, Fernão Pires (20%). Possui solo franco-arenoso com origem granítica. Seu clima fresco com Invernos chuvosos (Aveleda, 2022).

Os serviços personalizados oferecidos para a prática do enoturismo não contempla pacotes individuais, com equipe dedicada a receber grupos com base na realização de momentos de experiências únicas em suas visitas.

4.4 Caves Solar de São Domingo – Anadia

A empresa “Caves do Solar de São Domingos” foi fundada em 1937 por Elpídio Martins Semedo, sendo presidida por Lopo de Sousa Freitas desde 1970, o qual foi o principal responsável pelo crescimento e desenvolvimento nas últimas décadas (Cave Sao Domingo, 2022).

Primeiramente, a empresa tinha vocação voltada para a produção de espumantes, momento em que ganhou reconhecimento nacional e internacional, ampliando a produção de produtos, com acréscimo de produção de aguardentes bagaceiras, de aguardentes velhas e de vinhos Bairrada, com manutenção constante de preocupação voltada para a qualidade na produção.

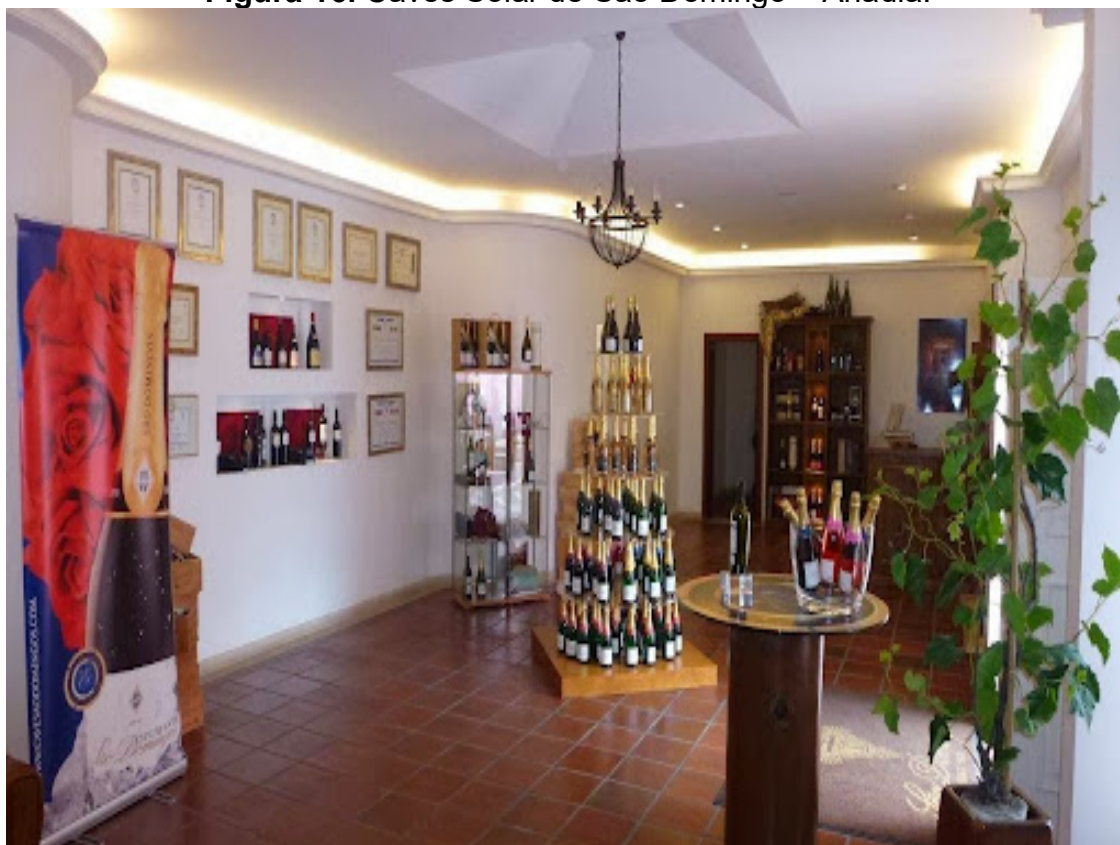
Figura 15. Caves Solar de São Domingo – Anadia.



Fonte: Clube dos vinhos portugueses, 2022.

Atualmente, as Caves albergam mais de 2 (dois) milhões de garrafas de espumante, através do método clássico, o qual possibilita um estágio de aproximadamente de 2 (dois) a 10 (dez) anos em cave, totalizando milhares de vinhos engarrafados e centenas de quartolas em carvalho francês para as suas famosas aguardentes vnicas, produzidas em alambiques próprios (Cave Sao Domingo, 2022).

Figura 16. Caves Solar de São Domingo – Anadia.



Fonte: *DestMap*, 2022.

No ano de 2006, foi inaugurado um centro moderno de vinificação que permitiu receber 1.000 (mil) toneladas de uvas advindas de propriedades da referida empresa (com um total de 20 hectares) e através de viticultores que trabalhavam em um regime de exclusividade, possibilitando autossuficiente ao que diz respeito à matéria-prima, somando um total superior a 100 (cem) hectares na região da Bairrada (Cave Sao Domingo, 2022).

Uma de suas propriedades é denominada de “Quinta de São Lourenço”, localizada em São Lourenço do Bairro, Bairrada, responsável pela produção de vinho desde 1800. Possuindo 5 (cinco) hectares de vinha composta de Arinto, Baga, Touriga Nacional e Bical, suas uvas são vinificadas por meio de orientação técnica das Caves São Domingos, originando a marca “Quinta de São Lourenço” (Cave Sao Domingo, 2022).

A partir da marca supracitada, surgiram outras marcas, como por exemplos: “Elpídio”, “Lopo de Freitas” e “Volúpia” – com produção de vinho branco, o qual tem surpreendido líderes de opinião e seus consumidores (Cave Sao Domingo, 2022).

Figura 17. Caves Solar de São Domingo – Anadia.



Fonte: *Time Out Lisboa*, 2022.

Ao que se refere ao enoturismo, pode-se afirmar que a região tem atraído milhares de visitantes a conhecerem sua beleza nas galerias escavadas na rocha, em que repousam as milhões de garrafas (em estágio). A sala “baga”, por sua vez, é direcionada para a realização de banquetes e provas. Na sala “Bairrada”, por conseguinte, é feita a exposição do museu que possui mais de 85 anos de história. Possui, ainda, uma loja de vinho que agrega valor aos momentos de visitação Domingo, 2022).

Figura 18. Caves Solar de São Domingo – Anadia.



Fonte: Caves São Domingos, 2022.

No ano de 2012, as “Caves do Solar de São Domingos” começaram a integrar um grupo de empresas através da implementação de um Sistema de Gestão da Qualidade, o qual é certificado de acordo com a Norma 9.001, pela TÜV Rheinland, permitindo dar maiores garantias, e atesta a qualidade dos serviços prestados aos seus consumidores (Cave Sao Domingo, 2022).

Figura 19. Caves Solar de São Domingo – Anadia.



Fonte: *TripAdvisor*, 2022.

Cabe destacar, ainda, que a novação realizada através de meios de produção, gestão e vinificação, tem possibilitado aumentar a qualidade e o conceito dos seus vinhos produzidos, ressaltando a competitividade empresarial e visibilidade da marca "São Domingos", estando presente nos cinco continentes (Cave Sao Domingo, 2022).

Figura 20. Caves Solar de São Domingo – Anadia.



Fonte: Grandes escolhas, 2022.

A região possui um dos mais belos panoramas do país, com seus vastos vinhedos que possui grande depressão do solo em que são criados os seus vinhos de embarque. Seus principais concorrentes são da França, Grã-Bretanha e Brasil.

As “Caves do Solar de São Domingos” possuem a qualidade e a segurança alimentar como itens de consolidação de seu na medida em que sua gestão se baseia em uma busca contínua por melhoria em seu Sistema de Gestão da Qualidade baseado na a NP EN ISO 9.001/2015, seguindo os princípios do sistema HACCP, com a finalidade de alcançar a produção de vinhos, espumantes e aguardentes com altos padrões de segurança e qualidade, possibilitando uma maior probabilidade de:

[...] assegurar a satisfação das necessidades e expectativas das partes interessadas, mantendo uma comunicação ativa; assegurar a melhoria contínua do Sistema de Gestão da Qualidade e do Sistema de Segurança Alimentar implementados, cumprindo os requisitos legais e outros requisitos aplicáveis; garantir a qualidade e segurança alimentar dos produtos produzidos e comercializados, cumprindo com as boas práticas de higiene e fabrico segundo a metodologia HACCP, assegurando a identificação de perigos e avaliação de riscos, contribuindo assim para segurança alimentar dos consumidores; promover uma cultura de segurança alimentar baseada em valores, crenças, normas e comportamentos através da informação, formação, envolvimento e consciencialização de todos os elementos constituintes da mesma; valorizar os seus colaboradores e o trabalho em equipa, em uma perspectiva de melhoria do desempenho individual e coletivo mais eficaz e responsável; desenvolver relações benéficas e sustentáveis com parceiros e fornecedores [...] (Cave São Domingo, 2022, não paginado).

Figura 21. Caves Solar de São Domingo – Anadia.



Fonte: No meu palato, 2022.

Além disso, procura colaborar para o desenvolvimento socioeconómico da região, possibilitando a consolidação da imagem da marca empresarial no mercado e permite que haja investimento voltado para a melhoria em suas infraestruturas e em seu equipamento de produção (Cave Sao Domingo, 2022).

4.5 Quinta das Bágeiras – Sangalhos

Projeto criado em 1989, em homenagem a Fausto - avô paterno da fundadora, cujas vinhas foram reunidas com outras do seu avô materno, com apoio de seu pai chamado Abel. Possuía 12 hectares de vinha, produzindo vinho que era vendido a granel para caves da região. Depois, foram transformados em vinhos engarrafados, aumentando sua produção em outros 16 hectares (Wine 4 People, 2022).

Figura 22. Quinta das Bágeiras – Sangalhos.



Fonte: Revista de vinhos, 2022.

O intuito inicial era de que os vinhos produzidos fossem feitos a partir de métodos tradicionais, sem tirar lugar à evolução da viticultura e da enologia, a qual é considerada constante. Suas uvas são colhidas à mão, e seus vinhos tintos são feitos sem leveduras adicionadas. Seus espumantes, por sua vez, não possuem açúcar residual. Deste modo, há nítido respeito ao vinho, o qual representa a união e luta de 3 (três) gerações que procura manter a tradição e qualidade de sua produção (Wine 4 People, 2022).

Ao que se refere à marca “Quinta das Bágeiras”, cabe destacar que ela constitui a “coluna vertebral” de todos os produtos da casa, com reflexo na maneira de estar no “mundo dos vinhos”. Através dela, se procura manter a qualidade e sua característica de enologia minimalista, fazendo os vinhos da maneira mais natural possível, exprimindo e refletindo o *terroir* onde nasceram. Tais vinhos produzidos possuem grande longevidade, sejam eles brancos, tintos ou espumantes. Estes últimos, por sua vez, são elaborados somente em sua versão “Bruto Natural” (Wine 4 People, 2022).

Figura 23. Quinta das Bágeiras – Sangalhos.



Fonte: Joli, 2022.

Em forma de homenagem a Abel Nuno, o qual representa a segunda geração da “Quinta das Bágeiras”, foram criados vinhos branco e tinto à sua medida. Vinhos que possuem carácter que chamam atenção pela estrutura forte e cheia. Provando, pois, que era possível produzir um grande vinho a partir de vinhas de "somente" 15 (quinze) anos. Contudo, tais vinhas estavam inseridas em um excelente *terroir*, imitando a produção natural de uma vinha velha, por meio da mistura de castas e através da redução da produção da vinha mais nova (Wine 4 People, 2022).

Figura 24. Quinta das Bágeiras – Sangalhos.



Fonte: Joli, 2022.

Destaca-se, por conseguinte, que a vocação vitivinícola da família em questão nasceu com o senhor chamado Fausto, como mencionado anteriormente. Ao ponto que as gerações que se lhe seguiram, puderam transmitir a sua paixão pela terra, bem como pelos valores que sempre o orientaram, quais tenham sido: perseverança, trabalho e honradez. Ao contrário de meu pai da proprietária, o senhor Abel, o seu avô Fausto gostava de vinhos mais frescos e elegantes, mais macios nos seus taninos e com menos teor alcoólico (possibilitando que bebesse mais um copo do mesmo). Outrossim, foi por meio destas memórias que seus vinhos foram criados com a simplicidade e a leveza do próprio senhor Fausto (Wine 4 People, 2022).

4.6 Adega Cooperativa de Lourinhã

A região da Lourinhã está relacionada com a produção vitícola desde muito tempo, percebida através da carta de Foral, dada pelo Dom Jordão, por meio da autorização do rei Dom Afonso Henriques. Além disso, também se faz referência “a esta zona em diversa documentação ligada à história da viticultura portuguesa”.

A 7 de Março de 1992, o empenho e labor de tantos, juntamente com a elevada qualidade da aguardente, viu o seu mérito reconhecido com a publicação do Decreto-Lei nº34/92 que estabelece a Região Demarcada da Aguardente Vínica de Qualidade com Denominação de Origem Controlada “Lourinhã” (1) aquela que constitui a primeira e única região demarcada do país somente para produção de aguardentes. É uma das três regiões no espaço Europeu, em posição de igualdade com as célebres aguardentes Francesas, Armagnac (2) e Cognac (3) (Adega Cooperativa de Lourinhã, 2022, não paginado).

As aguardentes produzidas são controladas pelo cumprimento e aplicação do regulamento que estabelece as condições dos solos, características para o cultivo e de tecnologias de vinificação, bem como voltadas para a conservação, destilação, envelhecimento e engarrafamento, que precisam ser seguidas para que a sua produção possa utilizar a menção DOC “Lourinhã”, a qual foi atribuída pela Comissão Vitivinícola Regional de Lisboa através da portaria de número 739 de 2008.

Figura 25. Adega Cooperativa de Lourinhã.



Fonte: Clube dos vinhos portugueses, 2022.

Ao longo de décadas todos os processos de dinamização e investigação,

[...] fez com que todos os processos que levaram à demarcação da região não tenham parado, antes pelo contrário, intensificou-se com o apoio da comercialização e divulgação da aguardente bem como o apoio à Investigação Científica dirigida às aguardentes, que tem vindo a ser realizado com a Estação Vitivinícola Nacional. São já várias publicações nacionais e estrangeiras, que contam com a colaboração de cientistas desta instituição que tem vindo a investigar sobre este tema ao longo dos últimos anos. Atualmente, é chamado Instituto Nacional de Investigação Agrária e Veterinária – Polo de Dois Portos (Adega Cooperativa de Lourinhã, 2022, não paginado).

As Freguesias que fazem parte da região demarcada da Aguardente da Lourinhã são: Lourinhã e Atalaia; Ribamar; Santa Bárbara; Vimeiro; Marteleira e Miragaia; Moita dos Ferreiros; Reguengo Grande; Moledo e São Bartolomeu; As freguesias de Peniche contempladas são Atouguia da Baleia; Serra d’el Rei; a freguesia de Óbidos é Olho Marinho; a freguesia de Bombarral é Vale Covo; e, por fim, a freguesias do Campelos e Outeiro da Cabeça; A-dos-Cunhados e Maceira e no Concelho do Torres Vedras (Adega Cooperativa de Lourinhã, 2022).

Figura 26. Adega Cooperativa de Lourinhã.



Fonte: Blue Acres, 2022.

As aguardentes, por sua vez, são consideradas extremamente aromáticas por transmitirem o caráter das castas usadas, da região, pelas condições edafoclimáticas e por causa do fator humano em sua produção. Além disso, o *terroir* - relação entre o solo e o clima que concede propriedades singulares - desta região determina as suas qualidades, fundamentalmente das aromáticas e sápidas que estão contidas nos vinhos que dão origem à Aguardente DOC Lourinhã (Adega Cooperativa de Lourinhã, 2022).

A região caracteriza-se geralmente por baixas amplitudes térmicas e é fortemente influenciada pela proximidade do oceano Atlântico. O verão é por norma fresco a moderado, assim como o inverno tépido a moderado, com precipitação moderada e elevada humidade relativa. No verão é frequente o nevoeiro durante a manhã e raramente ocorrem vagas de calor. Esta zona constitui um clima temperado mediterrânico de feição atlântica. O solo é heterogéneo e com baixa fertilidade, assim como praticamente em todo o Portugal continental. Regra geral as vinhas estão instaladas em solos mediterrâneos pardos ou vermelhos, normais ou para barros de arenitos finos, argilas ou argilitos e solos calcários pardos (Adega Cooperativa de Lourinhã, 2022, não paginado).

Desde a criação da região demarcada, foram definidas quais as castas que seriam as melhores para a produção de aguardente em relação à qualidade dos seus vinhos produzidos. Dentre todas as castas autorizadas na referida região, os viticultores deram preferência àquelas de manejo mais fácil e que produziam vinhos de melhor qualidade. Deste modo, as castas com maior expressão são: o Fernão Pires, a Malvasia Rei e a Tália (Adega Cooperativa de Lourinhã, 2022).

A Adega Cooperativa da Lourinhã (ACL), foi “fundada em 1957, dedicava-se essencialmente à produção de vinho tinto e branco. Anos mais tarde, após ser pioneira na produção de vinho leve, dedicou-se também à produção de aguardentes” (Adega Cooperativa de Lourinhã, 2022, não paginado).

Somando um total de mais de 3.000 (três mil) sócios, durante muitos anos, a Adega Cooperativa da Lourinhã possui, atualmente, aproximadamente duas dezenas de sócios que ainda produzem seus vinhos com exclusividade. Nos últimos anos, possui uma produção média anual de 110 (cento e dez) toneladas de uva que depois de vinificada e destilada produzem cerca de 7.000 (sete mil) litros de aguardente vínica (Adega Cooperativa de Lourinhã, 2022).

Desde a constituição da ACL que as castas brancas tinham uma grande expressão, originando vinhos de baixo teor alcoólico e elevada acidez total, que anos mais tarde revelaram-se de excelente qualidade para a produção de aguardente vínica. Hoje em dia de entre as castas autorizadas na região demarcada, a cooperativa utiliza as castas com as quais obtém a melhor aguardente. As mais utilizadas pelos cooperadores são: Castas Brancas (Malvasia-Rei; Fernão Pires; Seara Nova; Vital e Tália), Castas Tintas (Tinta-Miúda e Castelão) (Adega Cooperativa de Lourinhã, 2022, não paginado).

Figura 27. Adega Cooperativa de Lourinhã.



Fonte: Yola, 2022.

A colheita é realizada quando as uvas possuem determinado teor de açúcares que darão origem a certa quantidade de álcool em um vinho. O título alcoolométrico máximo do vinho produzido deve ser de 10%. A vinificação usa, por sua vez, métodos e práticas enológicas legalmente autorizadas e tradicionais da região. A vinificação é realizada sem adição de anidrido sulfuroso. Ao ponto que é necessário e relevante que a uva esteja em um bom estado para produção do vinho – não podendo possuir quaisquer defeitos (Adega Cooperativa de Lourinhã, 2022).

Por norma a vindima ocorre no final do mês de agosto, início de setembro e tem a duração de uma semana. Toda a vinificação é executada por máquinas interligadas que necessitam do respetivo operador. Assim como a vinificação, a destilação tem que ser realizada dentro da região demarcada. Por norma a destilação ocorre nos meses de outubro e novembro. Na destilação é utilizado um sistema contínuo em coluna de cobre que atinge um grau alcoólico entre os 74 e 77% (Adega Cooperativa de Lourinhã, 2022, não paginado).

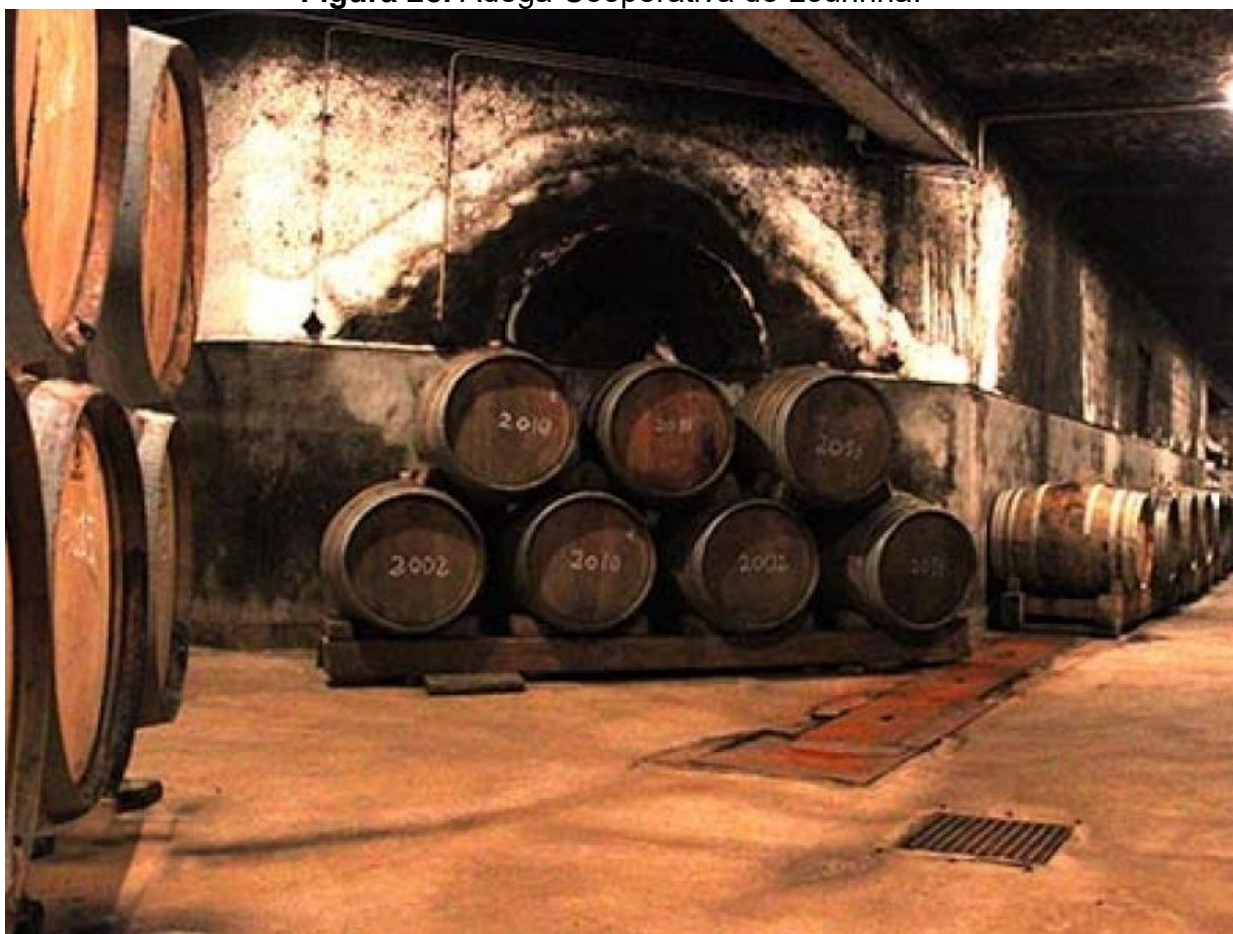
Após a etapa da destilação, a aguardente passa por um período obrigatório de envelhecimento em barricas de madeira (em um mínimo de 2 anos) que, a depender do seu tempo, é obtida através de uma classificação de envelhecimento que lhe confere qualidades múltiplas. A sua cor, suavidade e aromas, por exemplos, de devem ao estágio (Adega Cooperativa de Lourinhã, 2022).

É feita exclusivamente em barris de carvalho português e carvalho francês (allier e limousin) e Castanheiro, com capacidade inferior a 800 litros e diferentes queimas no interior do barril (tosta ligeira, média ou forte). A aguardente apresenta-se como pura, sem qualquer adição de corantes, nomeadamente o caramelo (responsável por melhorar a cor) (Adega Cooperativa de Lourinhã, 2022, não paginado).

Cabe destacar, ainda, que desde o início de sua produção como região demarcada, que o engarrafamento e a rotulagem são feitos de maneira manual e personalizada. Ao ponto que cada garrafa é numerada e exclusiva, possibilitando tornar o produto único e de elevado valor agregado (Adega Cooperativa de Lourinhã, 2022).

A idade das aguardentes corresponde ao período efetivo do envelhecimento a contar do termo da respetiva campanha de destilação. As menções tradicionais utilizadas na indicação da rotulagem são as seguintes: VS ou Very Superior menção reservada a aguardentes sujeitas a um envelhecimento igual ou superior a dois anos, VSOP ou Very Superior Old Pale menção reservada para aguardentes sujeitas a um envelhecimento superior ou igual a quatro anos e por fim XO ou Extra Old menção reservada para aguardentes sujeitas a um envelhecimento igual ou superior a cinco anos (Adega Cooperativa de Lourinhã, 2022, não paginado).

Figura 28. Adega Cooperativa de Lourinhã.



Fonte: *Portuguese Experience*, 2022.

A Adega Cooperativa da Lourinhã realiza visitas guiadas com prova de Aguardentes Vínicas DOC Lourinhã mediante marcação. Tais visitas se iniciam na sala principal, momento em que são explicados os motivos pelos quais este território tornou-se a primeira região demarcada para a produção de Aguardentes Vínicas de Qualidade no país, explicando sobre todos os processos de sua produção (Adega Cooperativa de Lourinhã, 2022).

Além disso, é pertinente afirmar que a passagem nas caves da adega é um “momento alto” da visita, na medida em que permite a visualização dos tipos de barris e tostas usadas, sendo explicado sobre o método de envelhecimento usado neste processo de produção. Destarte, todas as garrafas são rotuladas manualmente. O foco principal da visita é, neste sentido, oferecer uma experiência vínica única, da produção à prova da bebida produzida (Adega Cooperativa de Lourinhã, 2022).

4.7 Valle Pradinhos

O Vale Pradinhos se constitui em uma exploração agrícola com 450 (quatrocentos e cinquenta) hectares, estabelecida em 1913, sendo uma propriedade da família “Pinto de Azevedo”. Seus vinhos produzidos são “uma combinação de castas indígenas como a Touriga Nacional, Tinta Roriz, Tinta Amarela e Malvasia Fina, e reputadas castas internacionais, nomeadamente Cabernet Sauvignon, Gewürztraminer e Riesling” (Valle Pradinhos, 2022, não paginado).

A atual proprietária do Vale Pradinhos se chama “Maria Antónia Pinto de Azevedo Mascarenhas”, bisneta do fundador Manoel Pinto de Azevedo. Cabe destacar que ela procura implementar a sua visão nos vinhos, assumindo o controle da propriedade no ano de 1994. A sua filha, Maria, será a quarta geração de mulheres envolvidas diretamente na gestão da propriedade (Valle Pradinhos, 2022).

Um *terroir* do Velho Mundo e uma equipa enológica entusiasta são a combinação perfeita para a produção de vinhos portugueses de classe mundial. A Proteção Integrada é um modo de produção agrícola que, no combate às pragas e doenças das culturas, pretende respeitar o equilíbrio dos ecossistemas agrários, preferencialmente através da limitação natural dos organismos nocivos e de outros meios de luta apropriados (Valle Pradinhos, 2022, não paginado).

Figura 29. Valle Pradinhos.



Fonte: Clube dos vinhos portugueses, 2022.

Com base na proteção integrada, se pretende realizar a racionalização do uso de produtos fitofarmacêuticos, especificamente aprovados; “respeitar o Ambiente; incentivar o recurso a métodos alternativos à luta química; estimular-se a preservação dos auxiliares (inimigos naturais das pragas e doenças a combater); preservar a saúde do consumidor e do agricultor” (Valle Pradinhos, 2022, não paginado).

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO: relatos de viagens da pesquisa

Diferentemente do que alguns autores afirmam que a origem da cachaça foi exclusivamente com os negros escravizados nos engenhos de açúcar, destaca-se a participação dos índios pois eles também usavam a técnica da fermentação, podendo ter sido eles os criadores dos vinhos de mel, tendo contribuído significativamente para a revolução dos destilados, a qual modificou a percepção do homem sobre a experiência etílica. Corroborando com o pensamento de que a origem se deu desse hibridismo, Ambrósio Fernandes Brandão afirma que os índios aparelhavam vinhos que faziam o sumo de cana de açúcar e outros frutos, os quais buscavam nas regiões dos engenhos (Fernandes, 2004).

De acordo Jackson Silva Santos, representante do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, as ações em conjunto com os produtores de cachaça do Rio Grande do Norte se dão a partir de um trabalho de gestão, onde é oferecido para os produtores um portfólio com uma série de produtos: palestras, oficinas e cursos. A referida empresa também atua com consultoria tecnológica - alguns produtores precisam fazer uma certificação de orgânico (IBD). Tal certificação pode ser feita através do SEBRAETEC, outros precisam fazer consultoria em mapeamento de processo, gestão da qualidade e gestão da produção.

Ainda segundo Santos, de acordo com a demanda de cada empresa, busca-se em portfólio direcionado a solução mais adequada. Também atuam na perspectiva do acesso ao mercado - quando tem alguma feira, por exemplo, seja local, regional ou nacional, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas busca levar e subsidiar a ida deles a esses eventos. Em 2015, por exemplo, ocorreu um evento como a BIOFACH e a BIOBRASILFAIR - maior feira de orgânicos do Brasil e América Latina, em São Paulo, onde a Cachaça Samanaú esteve presente.

A instituição supramencionada organiza, ainda, rodadas de negócios com potenciais compradores, sejam locais, regionais, nacionais ou internacionais. Em 2015, por exemplo, representantes da Cachaça Samanaú participou do XVII Encontro Internacional de Negócios do Nordeste - EINNE, realizado em Natal, a convite da referida empresa.

Assim, com as soluções que o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas possui possibilitam otimização no aumento da produtividade,

de faturamento e da capacitação dos empresários do setor de cachaça. Cabe destacar que a maioria dos eventos mencionados não são específicos de cachaça, mas de alimentos, bebidas e artesanato que inserem as cachaças potiguaras. Existem, pois, os eventos específicos de cachaça como a EXPOCACHAÇA. Contudo, a maioria dos eventos se concentra em feiras de comércio, negócios, serviços e turismo – e a cachaça pode ser inserida em todos eles.

Ao considerar o IBD, afirma-se que ele consiste em uma certificação de produtos orgânicos, essa certificação também pode ser feita sem o intermédio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, ao ponto que o produtor teria um custo mais alto. Por exemplo: quando o produtor faz a certificação IBD com intermédio da referida empresa, geralmente é subsidiado 80% do valor da consultoria, ou seja, um processo que custa em torno de R\$ 10.000,00, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas subsidiaria R\$ 8.000,00 e os 2.000,00 restantes são pagos pelos produtores, podendo parcelar em cartão de crédito ou boleto. Destarte, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas age em várias frentes e de acordo com a necessidade apresentada pelo produtor - a certificação é apenas uma delas. De acordo com o entrevistado, o Engenho Mucambo recebe consultoria do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas ao que diz respeito ao licenciamento ambiental e na certificação orgânica de suas cachaças.

A iniciativa da criação da carta das cachaças potiguaras partiu dos empresários e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas apoiou a ideia. A referida carta foi formulada para que depois fossem realizadas as oficinas. Tais oficinas divulgariam o conceito da harmonização da cachaça com vários tipos de pratos diferentes e seriam realizadas em bares, restaurantes, hotéis e pousadas. Seriam, ainda, contratados profissionais para mostrar como seria feita essa harmonização com os garçons, maitres e gerentes de vários restaurantes. Depois das oficinas, eles compreenderiam como poderiam realizar harmonizações na tentativa de induzir o consumidor local a consumir a cachaça potiguar, agregando sabor e valor aos pratos.

Minas Gerais, por exemplo, tem uma história robusta com relação à produção de cachaça artesanal, além de ter uma grande quantidade de produtores de cachaça, concentradas em regiões específicas como a de Salinas. Não obstante,

no Rio Grande do Norte, os produtores de cachaça são espaçados. Santos destacam como mais relevantes: a Samanaú em Caicó, a Mucambo em Goianinha, Papary em Nisia Floresta e a Extrema em Pureza. Segundo o entrevistado, elas ficam, relativamente, dispersas, não existindo uma região específica para a produção da cachaça, o que dificulta a realização e direcionamento de ações e fortalecimento de um grupo. Neste contexto, o papel do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas estaria relacionado diretamente com o fortalecimento do grupo dos produtores que divulgue a marca das “Cachaças Potiguares”.

De acordo com Santos, a Samanaú tem uma maior abrangência dentro do estado do Rio Grande do Norte por ser parceira de um grande distribuidor, a Mucambo e Maria Boa fica mais concentrada no Litoral Sul e parte de grande Natal, a Extrema é, por sua vez, mais conhecida em Natal e parte da região do Mato Grande. Existe, ainda de acordo com o entrevistado, dificuldade na distribuição das cachaças pois a maioria não expandiu sua marca a nível regional nem nacional – com exceção para a Samanaú.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas age em várias frentes, outra delas é a realização da RURALTUR, com investimentos de milhões direcionados para o turismo rural, nicho no qual a produção das cachaças está inserida. Neste contexto, destaca-se que as cachaças de alambique que estão mais desenvolvidas na questão de Turismo Rural no Rio Grande do Norte são Mucambo e Maria Boa, ambas do Engenho Mucambo, e a Extrema. Ainda de acordo com o entrevistado, a intenção era expandir o turismo rural através da visita para conhecerem a produção das cachaças: Mucambo, Extrema, Samanaú, Papary e Beira Rio – objeto de estudo da presente tese.

Ao considerar os critérios de participação na elaboração da carta das cachaças potiguares, enfatiza-se que o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas atua sob uma perspectiva maior de direcionamento de planos e ações, qual seja: o agronegócio potiguar. A ideia é fortalecer a marca local através de oficinas e treinamentos com o intuito de aumentar a demanda pela procura pelas cachaças do Rio Grande do Norte, bem como a realização de festivais e eventos gastronômicos, na tentativa de criar outras estratégias na prospecção de clientes e consumidores.

Ainda de acordo com o entrevistado referido, a produção da cachaça de alambique está relacionada a questão do patrimônio histórico-cultural através da participação em feiras espalhadas pelo Brasil. Segundo ele, é comum encontrar cachaças representando uma região, inclusive com selo de indicação de procedência e identificação geográfica através do INPI ou outro órgão regulador, e que, por essa dispersão, a indicação geográfica talvez se torne mais difícil. A intenção era a de buscar uma alternativa para conseguir consolidar um grupo de cachaça, apesar deste empecilho.

Ao considerar a Fazenda Brasileira Augusta (Alambique Papary), de propriedade de João Helder, o senhor Carlos Reny Araújo - responsável pela produção da cachaça, afirma que, a Papary é a cachaça envelhecida mais antiga do RN, sua produção começou em 1999. Ao que diz respeito à sua história, enfatiza-se que, após realizarem pesquisas com familiares que moram nos Estados Unidos da América (EUA), percebeu-se que o mercado da cachaça estava em crescimento, na medida em que incentivou a visita de alambiques na Paraíba, em Minas Gerais e em Pernambuco.

O referido alambique está localizado no município de Nísia Floresta, Antiga Vila Imperial Papary - 38 quilômetros de distância de Natal, 5 km de distância Barra de Tabatinga, sendo dois de estrada de chão e 2 km da Lagoa do Carcará, estrada de chão. A fazenda possui 800 hectares, mas a parte que compreende o alambique é de aproximadamente 10.000 m². No período de produção da cachaça (de três a quatro meses), o alambique tem oito funcionários.

No período em que não está produzindo, a atividade se resume ao envase e à venda na sua própria loja, onde trabalham apenas três funcionários. A referida loja está aberta diariamente, das 09h às 17h e, segundo Araújo, tem público diariamente, mesmo na baixa estação pois está na rota das praias do litoral sul e é cercado de lagoas (Lagoa do Carcará, Lagoa do Bomfim e Lagoa de Alcaçuz), o que proporciona um fluxo de turistas regular na região.

Ressalta-se, pois, algumas informações deste alambique: o bagaço vai para caldeira; toda a cachaça, passado o tempo de envelhecimento, é armazenada em um barril de madeira neutra, com capacidade para 10.000 litros; o tempo de envelhecimento no carvalho é entre 1 ano e 3 meses a 1 ano; os barris são de aço, inox, alvenaria e madeira; a cisterna tem capacidade para 25.000 litros; possuem

intenção de colocar envasamentos distintos para os dois tipos de cachaça: branca e envelhecida; no alambique, a Papary custa R\$ 28,00 - no supermercado, varia entre R\$ 38,00 e R\$ 42,00; as vendas atingem apenas o estado do Rio Grande do Norte, podendo ser encontrada em supermercados, conveniências e em lojas especializadas; há intenção do proprietário em expandir essa oferta - foram enviadas amostras da Papary para os EUA, para a avaliação de bartenders de San Francisco e Los Angeles.

Quanto aos tipos de cachaça produzidos, destacam-se: Papary envelhecida e Papary prata. A introdução da cachaça branca se deu com o intuito de inserir no mercado um produto mais viável, para atingir um público maior, tendo em vista que a cachaça envelhecida em barris de carvalho passa, no mínimo, um ano e três meses (no caso da Papary), além de que ela tem um valor agregado muito alto, o que direciona o consumo a um público bastante restrito.

Cabe inferir que nenhuma das duas é orgânica. De acordo com o entrevistado, o principal diferencial da Papary diz respeito ao fermento ser “natural” - o que não acelera o processo, pois o tempo de fermentação da Papary gira em torno de 30 horas, enquanto que, com fermentos químicos, podem fazer esse processo em até 24 horas.

Através dos livros de registros disponíveis, é possível perceber sobre a questão do fluxo e da diversidade de turistas que já visitaram o referido alambique. Ao realizar uma contagem dos livros de registro, obteve-se uma média de 3.000 pessoas que visitaram a Papary. De acordo com Araújo, 90% das pessoas que passam pelo alambique são turistas que estão visitando as praias ou lagoas da região.

Destaca, ainda, que existe nas visitas uma desmistificação da cachaça de alambique - comumente confundida com aguardente de cana. Os guias de turismo e as agências de turismo já incluem, nas suas rotas, a passagem no alambique da cachaça Papary, onde tem acesso a parte da produção (detalhar se for o caso), como também a lojinha do alambique, com direito a degustação, onde tem um funcionário encarregado de conduzir a visita.

A produção da cachaça no alambique está relacionada com o patrimônio histórico-cultural na medida em que o antigo nome de Nísia Floresta era Vila Imperial de Papary - existe, também, a estação Papary (onde, atualmente, funciona um

restaurante). Outrossim, ainda não existe uma infraestrutura turística direcionada para tal, mas planeja-se fazer reformas na casa grande da fazenda desativada e nas casinhas em entorno da loja. O objetivo é expandir os serviços oferecidos - implementando a oferta turística, com a construção de um café, restaurante e banheiros, com intenção de preparar para receber o turista de uma forma mais adequada. Existem, também, estratégias de fomento, pública ou privada, para utilização da cachaça no contexto turístico no estado do Rio Grande do Norte através de parcerias com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

De acordo com Vidalvo Costa, entrevistado responsável pelas informações referentes ao Alambique Samanaú, pode-se observar diferenças da cachaça Samanaú em relação as outras. A cachaça de qualidade é a higiene e a levedura utilizada na fermentação - a levedura do Alambique Samanaú tem seu “próprio DNA” e é desenvolvida especificamente para o alambique. A higiene reflete, ainda, a acidez - se você tem uma acidez alta em sua cachaça é sinal que a higiene é feita como deveria. Sobre isso, destaca-se que o total de acidez permitido na legislação brasileira é de 150 ppm. Dificilmente, uma cachaça ultrapassa esse limite, mas se ultrapassar, essa cachaça tem que ser re-destilada. A acidez da cachaça samanaú, por exemplo, é de, aproximadamente, 30 ppm.

A história do Brasil se confunde com a própria história da cana-de-açúcar e da cachaça. A cana-de-açúcar chegou ao Brasil por volta de 1530. Em 1532, o Brasil teve suas primeiras três indústrias, todas elas de cachaça. Na capitania de São Vicente foram instalados os três primeiros alambiques de cobre, vindos da Europa. Assim, o Brasil começou produzindo cachaça - foi a primeira a ser produzida em escala industrial (Dantas, 2016).

Em Caicó, Vivaldo Costa “resgatou” esta produção, tendo em vista que existiam muitas plantações de cana-de-açúcar, vazantes, montantes e traseiras dos açúdes. Até o início desta produção, eram feitas as rapaduras, alfenim e batidas. Considerando o mercado internacional, por exemplo, a cachaça Samanaú começou sendo exportada para Portugal e Itália, além de ganhar espaço no mercado chinês.

Vivaldo Costa enfatiza, quando da produção da cachaça e escolha dos rótulos, que ainda existia resquício da ditadura militar pois foi proibida a utilização da bandeira do Brasil nos rótulos da bebida – sendo isso considerado um impedimento

para um destaque à identidade nacional (em outros países, utilizavam desse recurso).

Ainda de acordo com Costa, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas sempre teve grande papel na promoção, implementação e divulgação da cachaça potiguar. Segundo ele, a referida empresa auxilia com recursos financeiros e capacitação: pagamento dos *stands*; divulgação das cartas de cachaças dos restaurantes; certificações; certificação de cachaça orgânica; manual de boas práticas.

Existe, também, um incentivo fiscal do governo através do PROADI (Programa de Apoio ao Desenvolvimento Institucional), que consiste na isenção de até 75% de ICMS. Para ter acesso a ele, precisa cumprir alguns pré-requisitos: 1 - a empresa tem que estar localizada em uma região árida - quem está no semi-árido atinge uma pontuação mais elevada, 2 - que não exista o tipo de indústria, no caso alambique, 3 - que esteja gerando emprego e renda para o município. Deste modo, o alambique Samanaú contempla todas as exigências, inclusive ultrapassando o número de empregos especificados na placa do programa localizada na fazenda, a qual apresenta 35 empregos gerados, mas já ultrapassou o número de 100.

Segundo Costa, é necessário realizar uma parceria público-privada, pois existem em Caicó, além da cachaça: carne de sol, doces, biscoitos, bordado, bonés e redes.

Costa afirma que muitos são os empregos, diretos e indiretos, gerados a partir da agroindústria da cachaça. Para além deste aspecto econômico e social, a relevância histórica da cachaça é inegável. Destaca, também, a importância da existência dos mestres alambiqueiros - pessoas que trabalharam em torno de um ou dois anos na produção da cachaça. "Samanaú" foi o nome da primeira data de terra da região, em 1704. A escritura pertencia ao deputado Egídio Pereira Gomes. O nome Samanaú significa "serra listrada de preto" - é um nome indígena e que está presente desde 1904. 'Pertence à família do atual dono desde o início do século passado e dele desde 1999.

Luís Neri da Costa afirma que o Alambique Samanaú começou a produzir cachaça em maio de 2004 e a comercializar em 2005. O referido alambique está localizado a 12 km de Caicó, através da BR 427, sendo 11,1 km de asfalto e 1,9 km de estrada de chão. A sua área construída tem 888,57 m². Possui de 15 a 20

funcionários na produção (quando não está produzindo, ficam apenas 5 funcionários para manutenção e engarrafamento). Seus funcionários permanentes possuem carteira de trabalho assinada, tanto por respeito à legislação quanto pela certificação do IBD. Caso tenha matéria-prima suficiente, a produção é de mil litros dia - trinta mil litros mês, com estimativa de de 120.000 litros anuais.

As vendas da cachaça Samanaú são mais concentradas no próprio estado do Rio Grande do Norte. Outrossim, no alambique se produz a Samanaú ouro, que é armazenada em barris de louro, canela, castanheira e cumarú, e a prata que é armazenada em freijó e jequitibá rosa. A envelhecida, por sua vez, é armazenada no barril de carvalho - além da sibaúma que não é orgânica.

Ainda de acordo com Costa, o Ministério da Agricultura só considera “cachaça envelhecida” aquela que é armazenada em barris de 750 litros - toda a cachaça comercializada no Alambique Samanaú, que tem a especificação de envelhecida, é armazenada em barris de 200 litros.

Além da sala de fermentação - que é totalmente refrigerada e lacrada, é mantida uma temperatura constante de 28º - ideal para o desenvolvimento do trabalho das leveduras, o Alambique Samanaú foi o pioneiro a lançar cachaça ouro envelhecida em louro-canela - se trata de uma madeira agressiva, mas o tempo de permanência no barril faz com que ela fique aveludada. Acredita-se que só existam quatro alambiques no Brasil que armazenem a cachaça neste tipo de madeira, a tornando um produto diferenciado em nível nacional.

O ideal de uma produção de cachaça artesanal é que a cana seja plantada na própria fazenda. Deste modo, tem-se um controle maior na qualidade. Em se tratando de uma cachaça orgânica, este critério é uma exigência na fiscalização. Ao considerar a questão da participação em feiras e eventos, destaca-se que fica sob a responsabilidade do proprietário do Alambique Samanaú qual faz questão de participar de todos os eventos em que é convidado ou que tem conhecimento - por acreditar que seu produto tem qualidade.

Anderson Jose Brilhante de Souza, entrevistado responsável pelas informações sobre o Alambique Extrema (Agroindustrial Extrema), conheceu a fabricação de cachaça quando morou em Minas Gerais. Lá, ele percebeu o valor agregado após entrar em um grupo de produtores de açúcar e álcool. Trabalhou em usinas, adquiriu experiência em fabricação e, depois de cinco anos de trabalho,

conseguiu realizar um financiamento para pagar a indústria. Construiu o alambique e aproveitou a que seus pais deixaram pois os mesmos cultivaram cana-de-açúcar desde 1985.

Sobre informações gerais sobre o referido alambique, destacam-se: está localizado a 60 quilômetros de Natal; o nome do proprietário é Anderson José Brilhante de Souza; a área do alambique é de 400 m², e a área da lavoura geral é de 120 hectares, dos quais seis é para produção de cachaça. A diferença se encontra no adubo, nos demais hectares usa-se adubo sintético, enquanto na área destinada à produção de cachaça, usa-se apenas estrume após a compostagem. O rejeito da produção da cachaça denominado de vinhaça vai para o restante da lavoura; tem 6 funcionários fixos, mas em época de produção, contratam-se mais 8 funcionários para trabalharem na lavoura, produção e operação de máquina.

A produção da cachaça extrema é de 30.000 litros por ano, isso varia de acordo com a demanda - porque o proprietário restringe bastante as vendas, tendo em vista que só vende à vista ou com pagamento adiantado. podendo chegar a 100 mil litros - o que é denominado pelo proprietário de “folga de fábrica”, podendo armazenar até 90.000 litros.

Toda cachaça produzida na agroindústria Extrema é orgânica, sendo que, por uma estratégia de venda, é colocado o selo apenas na branca – o que influencia bastante no preço e na demanda pela cachaça pura, fazendo com que ela seja comercializada pelo preço da envelhecida. Além disso, destaca-se que o controle de qualidade é realizado em Natal, onde é enviado uma amostra de cada lote para análise. Basicamente, são três tipos de cachaças: A orgânica, a branca tradicional e a ouro (armazenada). Existem, ainda, vários tipos de embalagens. O armazenamento, por sua vez, se dá por uma mudança constante em barris de madeiras diferentes: primeiramente, envelhece oito meses na amburana, depois passa dez meses no bálsamo e, por fim, passa mais seis meses no carvalho. O público-alvo do alambique é, principalmente, distribuidoras, pessoa jurídica, com raríssimas exceções de amigos pessoais – não vendem para supermercado.

A cachaça Extrema já foi exportada através de trade, ou seja, é vendida para a pessoa jurídica e, depois, exportada. Atualmente, toda a cachaça produzida é para consumo interno. Contudo, como ela é vendida para um distribuidor, pode acontecer de uma parcela dessa produção seja exportada. O proprietário do

alambique, por sua vez, afirma que tem o cuidado de assegurar que, no máximo, 10% do total seja exportado.

A Extrema é a única no estado que utiliza o revezamento dos barris. Outro diferencial ocorre na fermentação que é do tipo caipira - feito a partir de farelo de arroz, fubá de milho e com a própria levedura da cana cultivada na fazenda, o que - segundo o entrevistado, cria uma tipicidade (não tem como outro copiar). Segundo o proprietário, a Extrema é a única cachaça no estado que tem o reaproveitamento produtivo da cachaça de cabeça e de calda, onde esse percentual é transformado em etanol e utilizado nos carros da fazenda, isso chama atenção porque este rejeito não pode ser vendido nem descartado no meio ambiente. Além disso, é o único de corte mecanizado para a produção de cachaça artesanal.

Ao considerar a produção de cachaça no Alambique Extrema como patrimônio histórico-cultural, afirma-se que não se relaciona diretamente por ser um alambique novo e não ter um histórico de tradição familiar. Neste alambique existe todo um processo fabril antigo em equipamentos modernos. Quanto à participação em feiras, eventos e congressos, afirmou-se que já participaram de alguns - selecionam dois ou três a nível nacional por ano para a divulgação da marca.

A cachaça produzida no Alambique Extrema já ganhou diversas premiações na área de gestão, quanto à premiação da qualidade da cachaça com relação a *ranking*, o alambique não participa por entender que esse tipo de julgamento é subjetivo e por serem feitos por empresas particulares que promovem esses concursos. Segundo o entrevistado, quem deve decidir a qualidade é o mercado consumidor.

Na visão do entrevistado, é preciso fazer um trabalho de divulgação, de *marketing*, com foco em divulgar a qualidade e em fazer ele chegar ao consumidor. Afirma, ainda, que é preciso realizar momentos para degustação do produto e que o que mais tem peso na divulgação da cachaça artesanal é o *marketing* direto.

Sobre a introdução da cachaça no mercado, afirma-se que foi testado de tudo um pouco. De início, foi realizada venda direta. Depois, foi realizada a parceria com uma distribuidora. Por se tratar de uma empresa que abrange outros serviços além da produção de cachaça, optou-se por permanecer com a parceria com a distribuidora. Investiu-se, ainda, em uma utilização de uma garrafa mais elaborada,

considerando tal argumento como um cuidado com a estética do produto e um diferencial no mercado competitivo das cachaças.

Recebem, por conseguinte, grupos dos mais variados seguimentos de criança a terceira idade, justamente pela implementação das ações sociais e ambientais, possuindo uma concentração maior na faixa etária de 16 aos 25 anos, sendo a maioria de escolas e universidades de cursos variados: administração, turismo, ciências agrárias e engenharias.

Existe um grupo que trabalha em conjunto, composto pela Samanaú, Extrema, Mucambo e Original. Este grupo desenvolve ações de fomento à cachaça e ações de resoluções de problemáticas em comum, como por exemplos: fornecimento de insumos, pleiteio de isenção de algum imposto e divulgação.

Ao que concerne às estratégias de fomento, pública ou privada, para utilização da cachaça no contexto turístico no estado do Rio Grande do Norte, destacaram que foi responsabilidade do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, principalmente na área comercial e gestão, introdução de tecnologias, consultorias, capacitação e certificação, atuando como um produtor de demanda.

O Engenho Mucambo está localizado na Br-101 RN-03, Goianinha, estrada com destino ao Espírito Santo, distância de cinco quilômetros. Possui 600 metros quadrados de área construída. Na produção - que se dá no período de outubro a março - tem nove empregados, incluindo o pessoal da lavoura, quando não está produzindo o número cai para cinco. Todos os empregados, inclusive os operadores de máquina, são da comunidade, e toda a comunidade local se beneficia com os projetos sociais desenvolvidos pelo alambique. Tudo que se colhe é da população. Cabe destacar, ainda, que a obra de saneamento básico das casas foi feita pelos responsáveis pelo próprio alambique, ao ponto que o esgoto é direcionado para uma estação de tratamento da própria fazenda e é revertida para ser utilizado como adubo na lavoura da cana destinada à usina.

Ainda sobre o alambique Engenho Mucambo, destaca-se que se produz 3 (três) tipos de cachaça: a Maria Boa, a Mucambo e a Maria Boa Prata, sendo que essa última não é envelhecida e sim armazenada em barris de inox durante seis meses. As outras duas são armazenadas, termo semelhante à envelhecida, passando o mesmo período de armazenamento nos barris de madeira

(aproximadamente 1 ano), diferenciando-se devido a uma questão técnica e burocrática - para se nomear envelhecida, a cachaça precisa ter um acompanhamento do Ministério da Agricultura, com sistema de lacre e inspeção, sendo este processo considerado pelo entrevistado como lento, tendo em vista que na região só existe dois técnicos para tal função.

O referido alambique possui capacidade de produção de 1000 litros, o que significa uma produção de 500 litros de cachaça por dia - divididos em três alambicadas, em uma jornada de trabalho de oito horas. Em uma safra, é possível produzir de 20 a 40 mil litros, variando de acordo com a demanda anual de cachaça - quando a demanda é menor, a cachaça pode ser estocada e ou, a cana (matéria prima) que excedeu é vendida para as usinas da região.

As vendas estão muito concentradas no Rio Grande do Norte, principalmente na região metropolitana de Natal. O que tem de diferencial em relação aos outros alambiques é o seu sistema de refrigeração utilizado na fermentação - existe uma sala de fermentação resfriando todas as dornas com apenas um ar-condicionado, ao ponto que a refrigeração usada no Engenho Mucambo é feita de dorna a dorna, individualmente, facilitando controle de temperatura - com o ar-condicionado não seria possível atingir uma temperatura ideal uniforme.

Quando abordado que o enfoque da pesquisa é o patrimônio cultural, no qual os alambiques do estado do Rio Grande do Norte estão inseridos, o entrevistado afirma que sua família se mantém na localidade desde a época da escravidão, ou seja, o período colonial. Além de afirmar que ainda se preservam vários traços como: arquitetura (casa original - "casa de senhor de engenho"), instalações com estrutura de restaurante - com capacidade de até duzentas pessoas, com cardápio a combinar.

A cachaça produzida no Alambique Mucambo está relacionada com o patrimônio cultural quando se considera a questão da tradição familiar. Cabe destacar, ainda, que o Dr Frederico Lima pensou em fazer um produto com valor agregado, justificando que uma tonelada de cana-de-açúcar é comercializada por sessenta reais, enquanto um litro de cachaça é vendido por 25 reais. O diretor comercial do alambique supracitado enxerga três problemas bem claros: falta de união entre os produtores de cachaça, ausência de apoio do poder público, sendo o

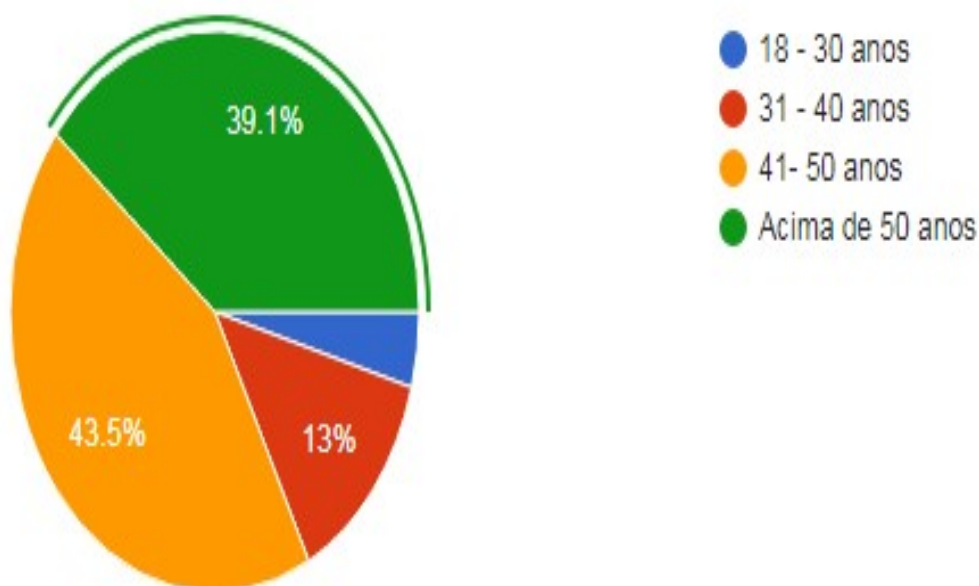
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas o único parceiro; ausência de roteiros integrados entre os alambiques para visitas.

No próprio alambique, foram criadas algumas estruturas que servem como atrativos, fazendo aumentar o tempo de permanência dos visitantes no local, além de exibir diferenciais como: casa da fazenda; arquitetura colonial; dois restaurantes; trilhas ecológicas; piscinas. loja com os produtos do alambique - cachaça, mel de engenho, licor, pequenos barris e canecas. Ao ponto que as visitas dependem de comissões, guias de turismo e agências de turismo.

Quanto à participação em feiras e eventos, as cachaças do Engenho Mucambo, participam frequentemente, mas o formato atual dessas participações não agrada o produtor, pois é responsabilidade do alambique dispor do equipamento e contratação de pessoas para ficarem nos *stands*, necessitando de direcionamentos de recursos para este fim.

Ao que concerne aos resultados das aplicações dos questionários, afirma-se que 39,1% dos entrevistados tinham acima de 50 anos, 43,5% tinha entre 41 e 50 anos, 13% tinha entre 31 e 40 anos e 4,4% tinha entre 18 e 30 anos (Gráfico 1).

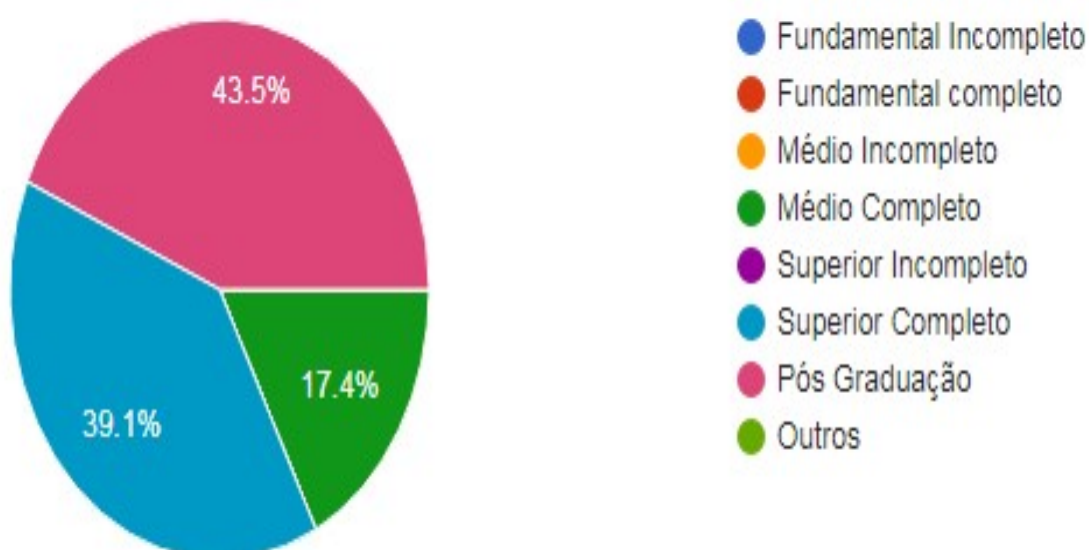
Gráfico 1. Identificação do entrevistado.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Ao que se refere ao nível de escolaridade dos entrevistados, 43,5% tinham pós-graduação, 39,1% tinham superior completo e 17,4% tinham ensino médio completo (Gráfico 2).

Gráfico 2. Escolaridade.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

No que diz respeito à naturalidade dos entrevistados, destaca-se que: a maioria nasceu na região seridó do estado do Rio Grande do Norte, com destaque para Caicó e Currais Novos. Também responderam cidades como: Santa Cruz, Martins e Parelhas (ver Gráfico 3).

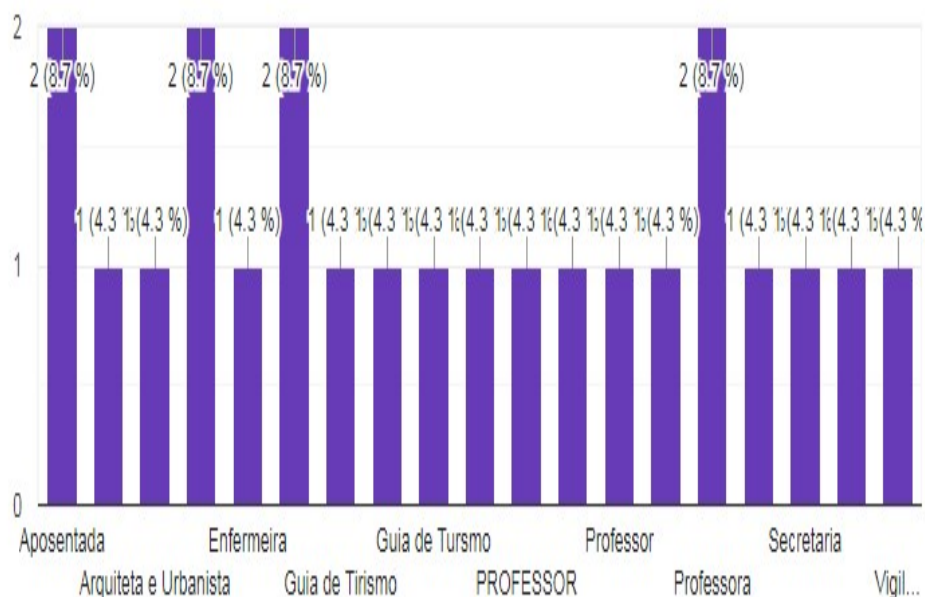
Gráfico 3. Naturalidade.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Considerando sobre a profissão dos entrevistados, destacaram-se as seguintes: arquiteto; guias de turismo; professores; vigilantes; srcretária; enfermeira e secretária (ver Gráfico 4).

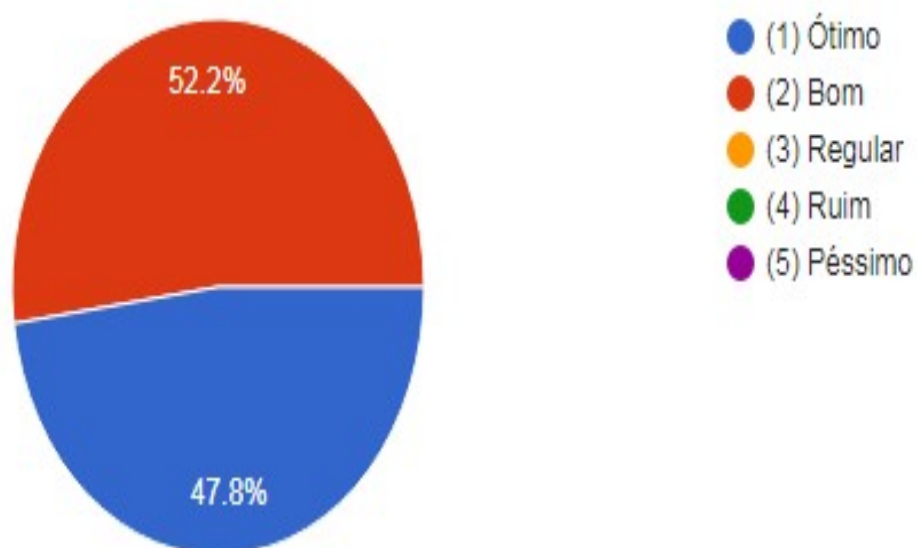
Gráfico 4. Profissão.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Quanto à estrutura e porte, 52,2% consideraram como “bom” e 47,8% como “ótimo”.

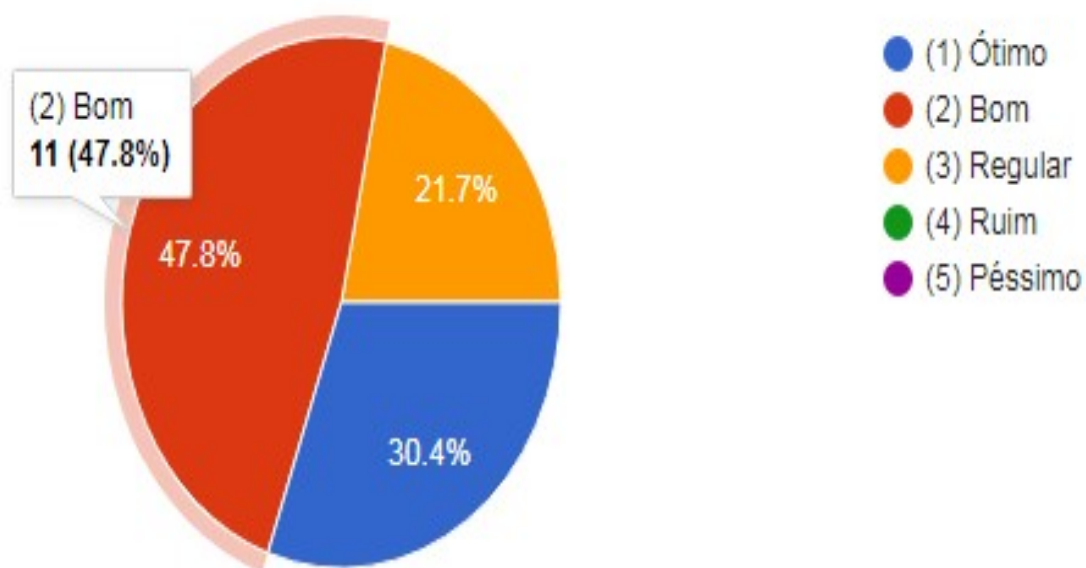
Gráfico 5. Estrutura e porte.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Considerando a questão sobre acessibilidade e sinalização, 47,8% considerou “Bom”, 30,4% como “Ótimo” e 21,7% como “Regular” (Gráfico 6).

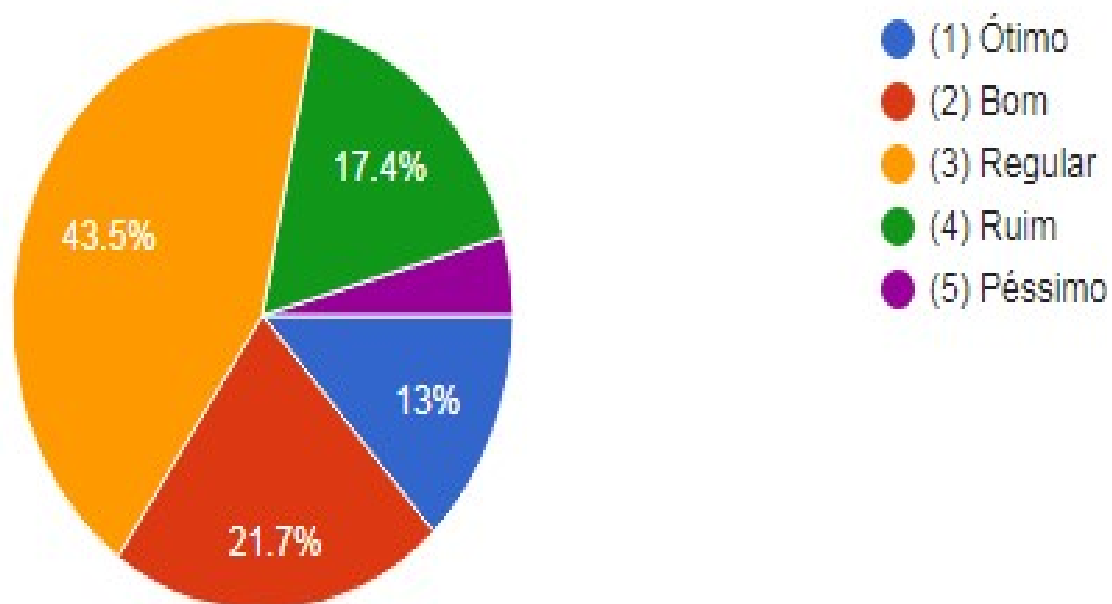
Gráfico 6. Acessibilidade e sinalização.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Ao considerar a questão sobre conhecimento antes de visitar um alambique, 43,5% destacaram como “Regular”, 21,7% como “Bom”, 17% como “Ruim”, 13% como “Ótimo” e 4,4% como “Péssimo” (Gráfico 7).

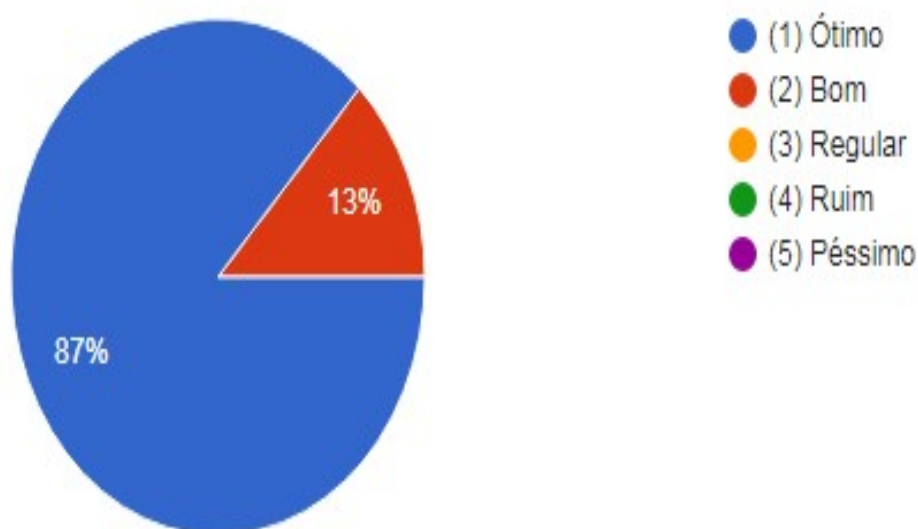
Gráfico 7. Conhecimento antes de visitar um alambique.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Considerando sobre a percepção que os entrevistados tinham sobre o título da “Rota da Cachaça Potiguar”, afirmaram que: 87% consideraram “Ótimo” e 13% consideraram como “Bom”.

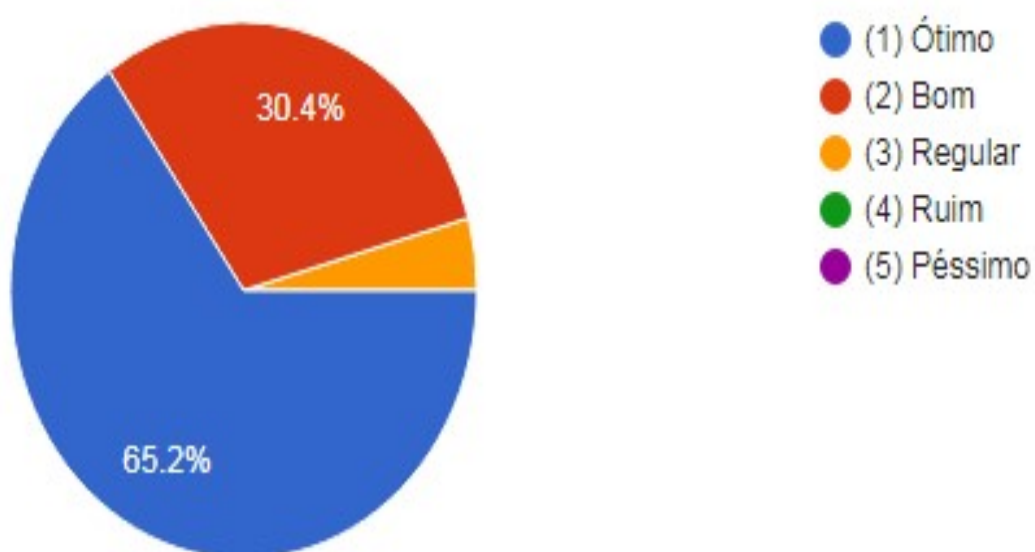
Gráfico 8. Percepção sobre título da “Rota da Cachaça Potiguar.”



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Ao perguntar sobre a qualidade das cachaças, os entrevistados responderam que: 65,2% disse que era “Ótimo”, 30,4% afirmou que era “Bom” e 4,4% respondeu que era “Regular” (Gráfico 9).

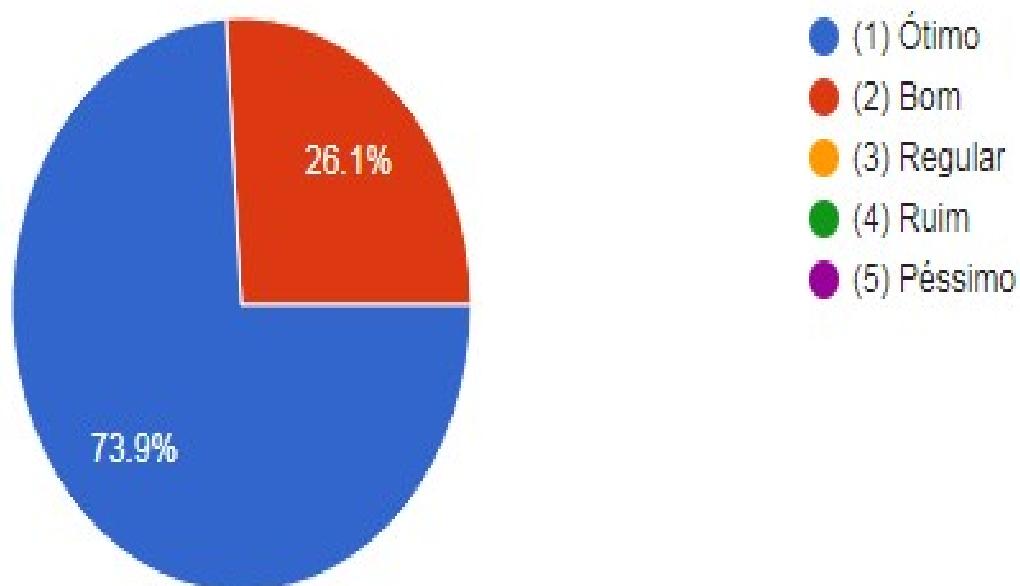
Gráfico 9. Qualidade das cachaças.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

O Gráfico 10 revela que os entrevistados consideram as explicações sobre a história e produção da cachaça são: 73,9% como “Ótimo” e 26,1% como “Bom”.

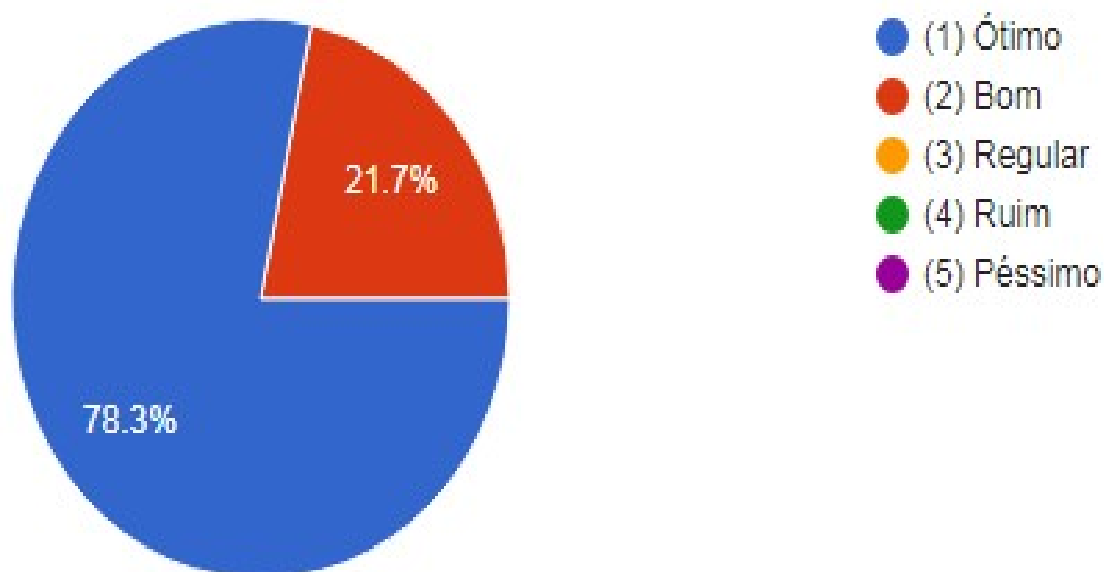
Gráfico 10. Explicações sobre história e produção da cachaça.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Sobre nível de comprometimento com a identidade, os entrevistados responderam que: 78,3% afirmou ser “Ótimo” e 21,7% afirmou ser “Bom”.

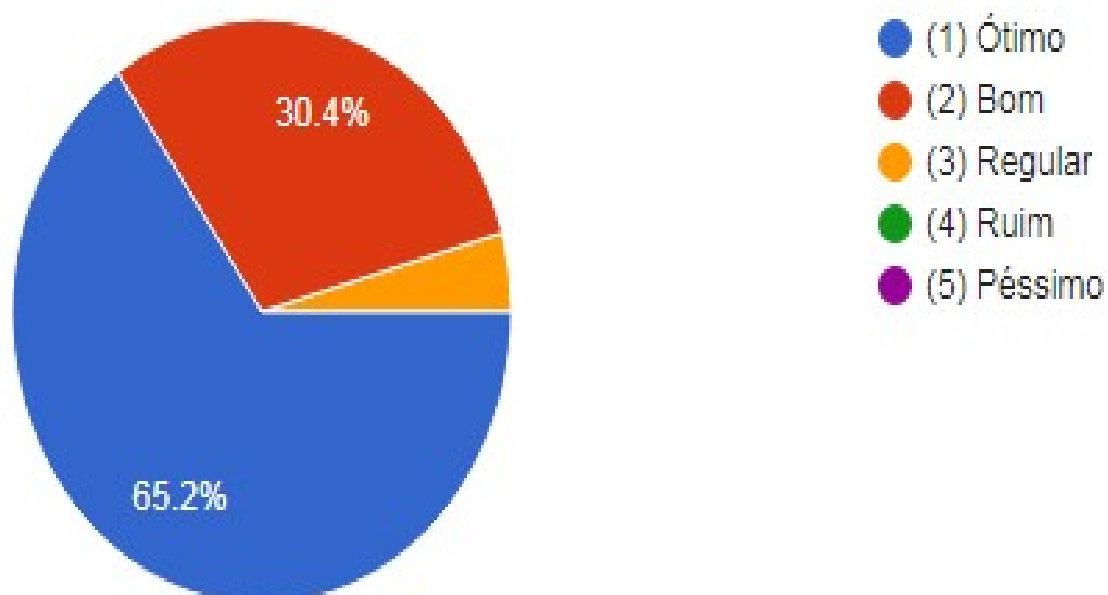
Gráfico 11. Nível de comprometimento com a identidade.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Sobre a intenção de direcionamento da produção, 65,2% afirmaram ser “Ótimo”, 30,4% como “Bom” e 4,4% como “Regular” (Gráfico 12).

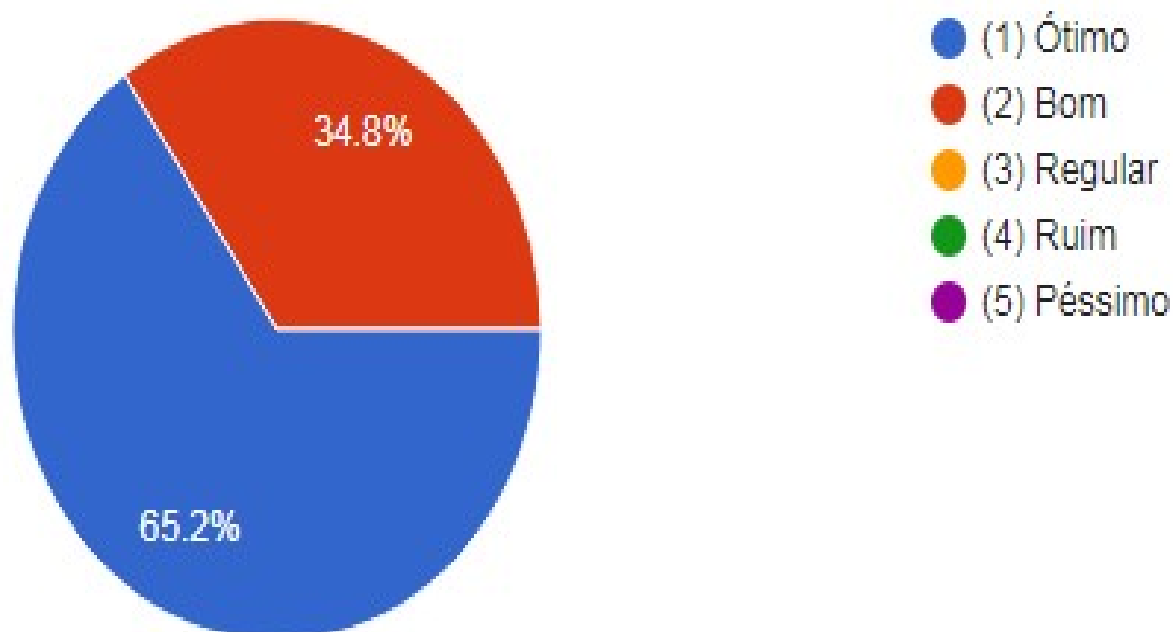
Gráfico 12. Intenção de direcionamento de produção.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Ao considerar a Rota da Cachaça Potiguar como produto turístico, os entrevistados responderam que: 65,2% como “Ótimo” e 34,8% como “Bom”.

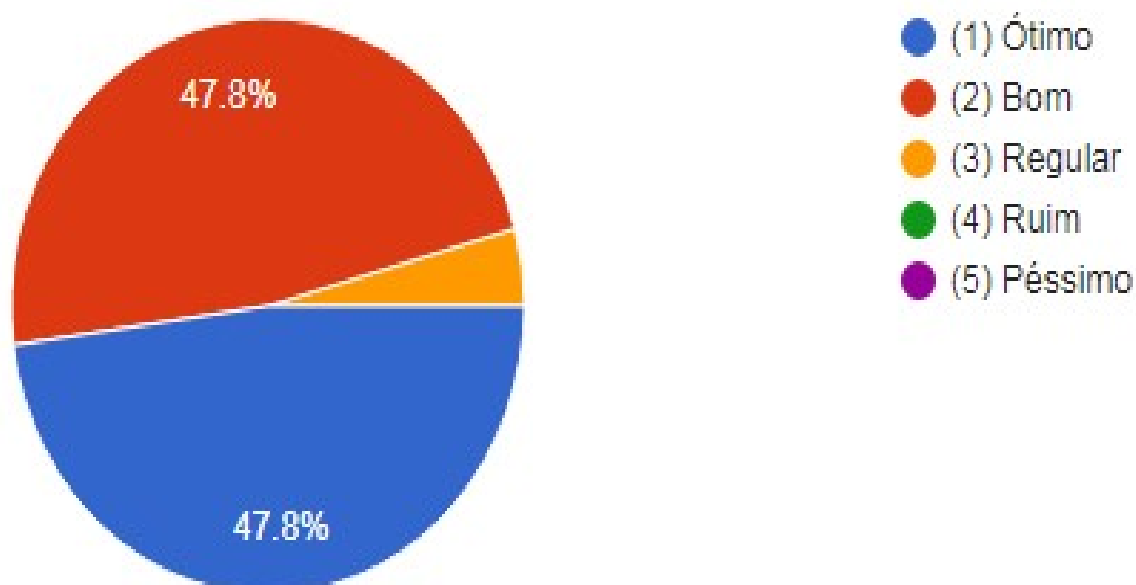
Gráfico 13. Rota da Cachaça Potiguar como produto turístico.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

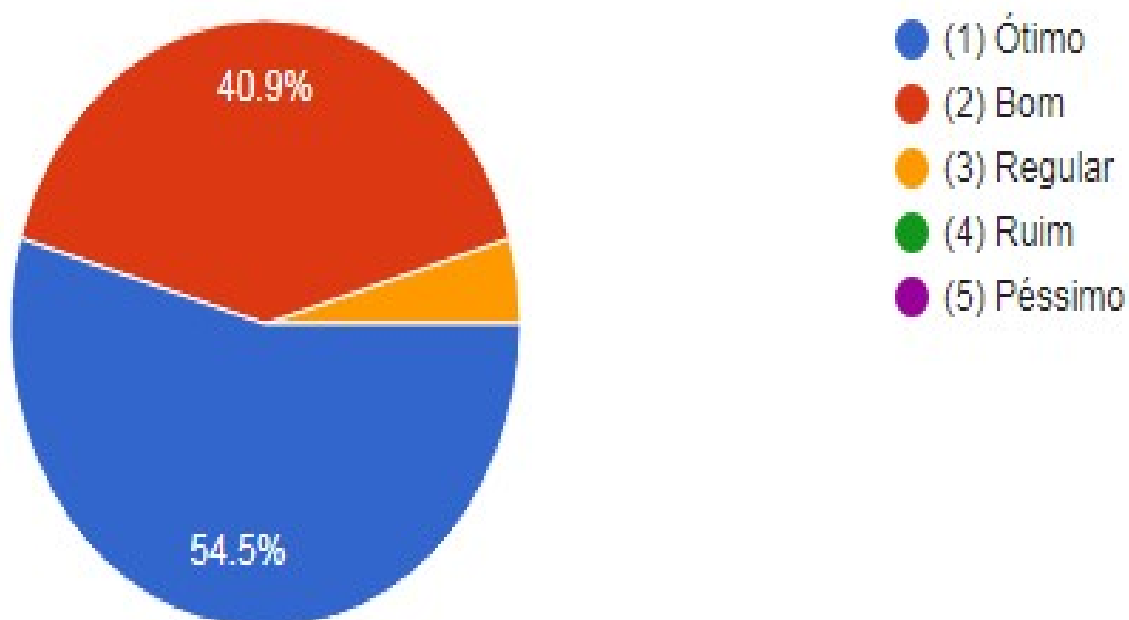
Sobre a cachaça como benéfico e bem-estar, 47,8% consideram que é “Ótimo”, 47,8% que é “Bom” e 4,4 considera que é “Regular”.

Gráfico 14. Cachaça como benefício e bem-estar.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

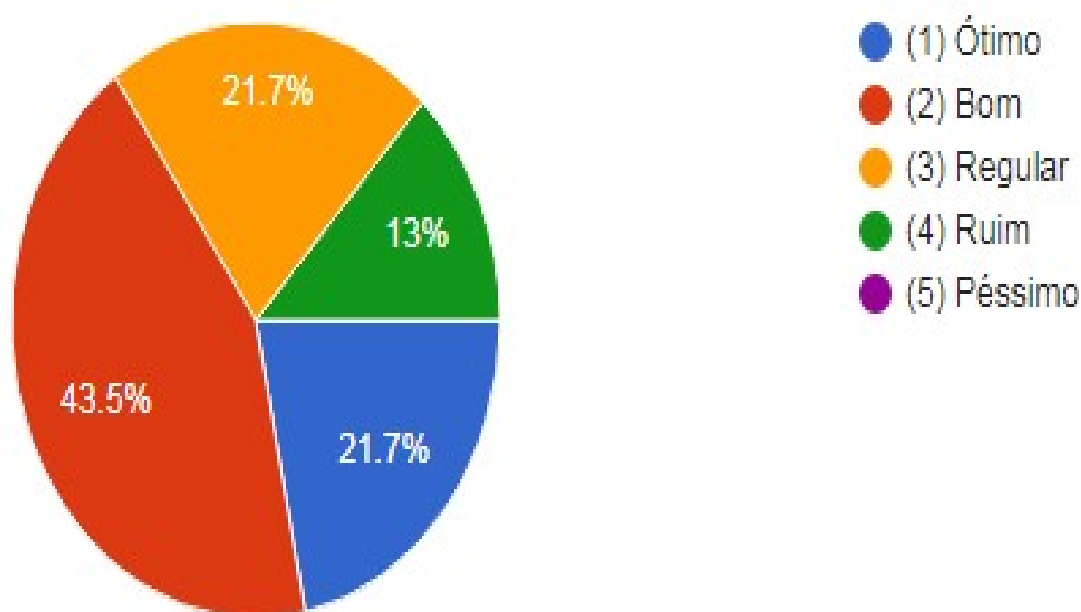
Gráfico 15. Nível de conhecimento após visita a um alambique.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Considerando sobre o nível de conhecimento após a visita a um alambique, as respostas foram: 54,5% que foi “Ótimo”, 40,9% respondeu que era “Bom” e “4,6%” respondeu que é “Regular”.

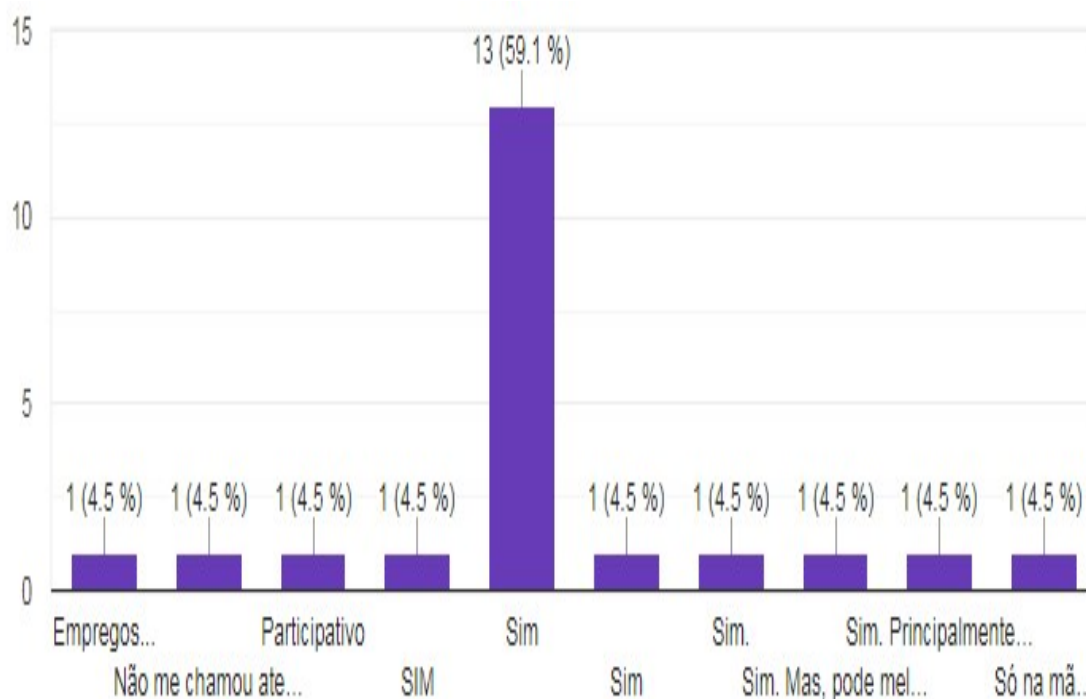
Gráfico 16. Cachaça como dependência e malefício.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Sobre a cachaça como dependência e malefício, os entrevistados responderam: 43,5% (Bom), 21,7% (Regular), 21,7% (Ótimo) e 13% (Ruim).

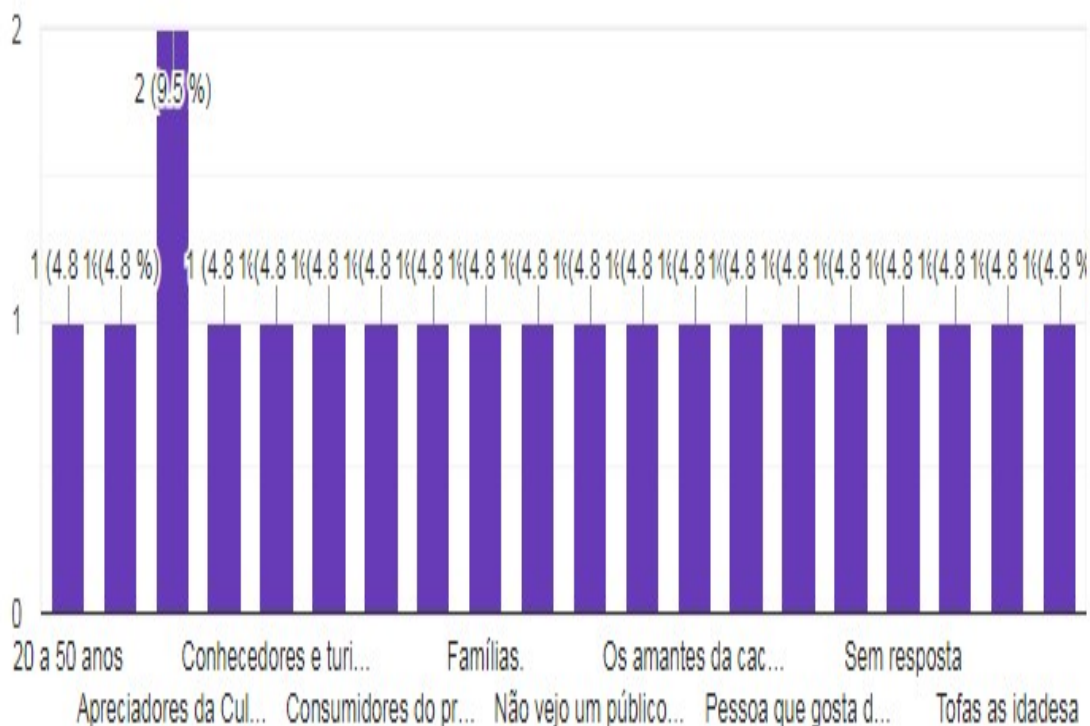
Gráfico 17. Relação com a comunidade local.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Sobre quais relações ocorrem com a comunidade local, destacaram como principais respostas: geração de empregos; a atuação é participativa; ocorre; ocorre, mas pode melhorar (Gráfico 17).

Gráfico 18. Público-alvo do alambique.



Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

O Gráfico 18 revelou que o público-alvo do alambique tem as seguintes características: conhecedores sobre turismo; famílias; pessoas entre 20 e 50 anos; consumidores do produto; e, amantes de cachaça.

Devido aos motivos já expostos anteriormente, no caso português não foi possível refinar esse detalhamento no que diz respeito a experiência e o perfil dos turistas, porém na pesquisa tivemos acesso a dados referentes ao fluxo de turistas, dinâmica das visitas, taxas e valores cobrados de acordo com o tipo de visita realizada nos locais selecionados. Que apesar de possuírem uma infraestrutura turística satisfatória, o “Turismo da Aguardente” ainda caminha na “sombra” do vinho. Sombra essa que o presente pesquisador busca evidenciar, na arte da poesia, assim como é a arte da fabricação artesanal das bebidas em questão.

Figura 30. Vinho e cachaça.



Fonte: Arquivo pessoal, 2022.

*Instrumento do pensamento
Se esquece da essência
Ignora a existência
Muda de comportamento
Vinho é bebida nobre
A cachaça é do pobre
Mas ambos deixam contentes
Coitado vinho do Porto
Poderia nascer morto
Se não fosse a aguardente.
(DANTAS, 2022)*

Figura 31. Local de Degustação na Cave São domingos.



Fonte: Cave São Domingo, 2022.

Tomando como exemplo a Cave São Domingos, constatou-se que, dentro de sua dinâmica de visitação, já estão incluídos em alguns pacotes a Aguardente Vínica, quais sejam:

- a) Momentos Moderados (tempo previsto 1h/mín. 1-2 pessoas):
 - Recepção aos visitantes - Visita guiada às galerias das Caves
 - Visita à Loja de Vinho com possibilidade de aquisição de produtos
 - Visitas de segunda a sexta e sábado sob marcação prévia
 - Horário: 11h00 e 15h00 (fechado no período do almoço)
 - Prova – 01: Degustação de Espumante São Domingos Bruto ou Meio Seco com aperitivos secos. Valor por pessoa 7,50 EUR
 - Prova – 02: Degustação de Vinhos, Espumante São Domingos Bruto ou Meio Seco, “Aguardente São Domingos”, com aperitivos secos. Valor por pessoa 12,50 EUR
- b) Momentos Tranquilos (tempo previsto 1h30/mín. 6 pessoas):
 - Recepção aos visitantes

- Visita guiada às galerias das Caves
- Vinhos Bairrada em Prova: Espumantes São Domingos Bruto e Meio Seco; Vinho Branco São Domingos; Vinho Tinto São Domingos; “Aguardente São Domingos” com Sabores do mar conservados em azeite, Pão tradicional ou tostas e Amores da Curia (doce regional).

- Visita à Loja de Vinho com possibilidade de aquisição de produtos.
- Visitas de segunda a sexta e sábado sob marcação prévia.
- Horário: 09h00 - 11h00 e 14h30 - 16h00 (fechado no período do almoço)
- Valor por pessoa 15,00 EUR

c) Momentos Raros (tempo previsto 1h30/com mínimo 15 pessoas):

- Recepção aos visitantes
- Visita guiada às galerias das Caves
- Vinhos Bairrada em Prova: Espumantes São Domingos Bruto e Meio Seco; Vinho Branco São Domingos; Vinho Tinto São Domingos

- Tábua de queijos e enchidos, Sabores do mar conservados em azeite, Pão tradicional ou tostas e Amores da Curia (doce regional).

- Visitas de segunda a sexta e sábado sob marcação prévia.
- Horário: 11h00 e 15h00 (fechado no período de almoço)
- Valor por pessoa 22,50 EUR

d) Momentos Deliciosos (tempo previsto 2h30/com mínimo 30, máx. 100 pessoas):

- Recepção aos visitantes.
- Visita guiada às galerias das Caves.
- Vinhos Bairrada em Prova: seleção de Espumantes e Vinhos São Domingos
- Leitão Assado à Bairrada em pão tradicional e batata frita, Tábua de queijos e enchidos, Pão regional e Amores da Curia (doce regional).

- Visitas de segunda a sexta e sábado sob marcação prévia.
- Valor por pessoa 27,50 EUR

e) Momentos Intensos (tempo previsto 3h00/mínimo 20, máx. 90 pessoas):

- Recepção aos visitantes.
- Visita guiada às galerias das Caves.
- Vinhos Bairrada em Prova: seleção de Espumantes, Vinhos e “Aguardentes São Domingos”

- Aperitivos sólidos: Bolos de Bacalhau, Pataniscas de Bacalhau, Panadinhos, Croquetes, Peixinhos fritos
- Pratos quentes: Arroz de Cabidela de Leitão, Leitão Assado à Bairrada c/Batata cozida e salada
- Sobremesas: Pudim de Coco, Aletria e Abacaxi laminado
- Bebidas extra: Águas, Sucos e Café.
- Visitas de segunda a sexta e sábado sob marcação prévia.
- Valor por pessoa 50,00 EUR.

6 CONSIDERAÇÕES (NÃO) FINAIS

Diante do que foi supracitado, concluiu-se que esta tese caracterizou os alambiques ao longo das várias localidades produtoras das regiões delimitadas, quais tenham sido no estado do Rio Grande do Norte/Brasil e na região do Vale do Douro/Portugal, bem como identificou a evolução histórica, estrutura, funcionamento e usos desses alambiques, tendo sido debatido tais aspectos teóricos ao longo do referencial teórico, problematização e construção da discussão dos resultados.

Para além disso, conseguiu-se mostrar as múltiplas formas de relação da riqueza histórica, cultural e patrimonial, direta e indiretamente, relacionadas com a produção de cachaça artesanal e aguardente vínica com o turismo através de um roteiro integrado. Além disso, os resultados permitiram realizar comparação sobre o valor da cachaça enquanto patrimônio cultural e sua relação com as atividades turísticas nos referidos alambiques, tendo sido possível tecer sugestões para a implementação de ações para a melhoria das atividades de visitação nas regiões estudadas, podendo usar como exemplo prático o audiovisual “Webs rie Rota da Cachaça Potiguar” que tem o objetivo de: A) Promover Caicó, Goianinha, Nísia Floresta, São José de Mipib , Pureza e Ceará Mirim como municípios turísticos e estimular a economia local de cada um; B) Valorizar o turismo cultural a partir do lançamento da “Rota da Cachaça Potiguar”, com a valorização dos produtos artesanais; C) Estimular a comercialização dos produtos artesanais da Rota.

O projeto é destinado a divulgar a “Rota Turística da Cachaça Potiguar” e beneficiar  os produtores artesanais de Caicó, Goianinha, Nísia Floresta, Pureza, São José do Mipibu e Ceará Mirim. O conteúdo beneficiar  condutores locais, guias de turismo, pesquisadores, empreendedores do trade turístico dos seis municípios.

A consolidação da “Rota da Cachaça Potiguar” e o aumento de fluxo de turistas a esses municípios provocar  a realização de eventos e a contratação de artistas e artesãos locais, desenvolvendo a economia criativa. A *websérie* será divulgada no *site* da Rota (em construção), da agência Acauã, nas m dias sociais do projeto e da agência e servirá para exposição em eventos promovidos nos alambiques e em feiras de turismo que contarem com estande do projeto.

A produção da *websérie* foi baseada na presente pesquisa e na experiência já tida com a “Rota da Cachaça Potiguar”. Através do edital de economia criativa do Serviço Brasileiro de Apoio  s Micro e Pequenas Empresas, uma

produtora foi contratada para criação do conteúdo, envolvendo roteiro, gravações em cada alambique, incluindo imagens de drone e de outros pontos turísticos das cidades, edição e publicação na internet. A *websérie* contou com um apresentador âncora e depoimentos dos empreendedores e artesãos das localidades.

Na região do D'Ouro, onde se localiza as vinícolas estudadas - que são voltadas tradicionalmente para a produção de vinho, encontra na aguardente vínica um produto inovador e de destaque. Os locais de produção e de visita são selecionados para o estudo, expressam um grande potencial do turismo gastronômico de Portugal, a produção de aguardente amplia e se diversifica, assinalando mudanças nos mercados turísticos consumidores, já despertando interesse de visitantes e pesquisadores de outros países – caso da presente pesquisa.

Diferentes produtores da região começam a produzir aguardentes vnicas, destacando as características próprias dessas localidades. Investe-se na criação de uma identidade própria. O “turismo de aguardentes” em Portugal ainda é tímido quando comparado ao já consolidado “Turismo dos vinhos”, mas que pode e tem potencial para despontar como uma grande promessa da atividade turística, tendo em vista que um dos grandes marketings do vinho é o imaginário, a história, onde se cria um ambiente favorável à visita e à degustação.

Na pesquisa, constatou-se que a aguardente vínica no caso português e a própria cachaça no caso brasileiro fazem parte dessa história, constituindo esse patrimônio cultural luso-brasileiro.

Como limitações do estudo, destaca-se que a pesquisa de campo ficou comprometida ao que concerne ao número de alambiques escolhidos para o estudo, na medida em que o isolamento social ocasionado pela ocorrência da pandemia do COVID-19 impossibilitou realizar outras visitas *in loco*.

Nesta perspectiva de lacunas deixadas pelo estudo em tela, sugere-se a realização de outras pesquisas que aprofundem o conhecimento sobre rotas da cachaça em outros estados e regiões do Brasil, tanto quando outros estudos que contemplem diversos outros países que realizem rotas semelhantes às escolhidas para a delimitação do *locus* apresentado. Dito de outro modo, as futuras pesquisas podem ser, ainda, comparativas entre rotas nacionais, com destaque para os estados da Paraíba e Minas Gerais, ou comparativa entre o Brasil e outro.

Estudos de *benchmarking* em múltiplas possibilidades podem ser realizados. Tais estudos também podem diferenciarem a perspectiva dos sujeitos envolvidos, na medida em que podem ser observadas as óticas de moradores e turistas/visitantes, confrontando as diversas formas de verem um mesmo objeto.

Espera-se que a presente tese possa colaborar para a construção de um conhecimento melhor fundamentado sobre a temática em tela, a partir da perspectiva de que foram analisadas as rotas, as quais podem fomentar o desenvolvimento e diversificação na oferta de serviços turísticos oferecidos por produtores, cachaceiros, agentes de viagens e demais setores, direta e indiretamente, relacionados com a implementação da atividade turística. Outrossim, este estudo trouxe novas abordagens, discussões e sugestões estratégicas para uma melhor realização da gestão das referidas rotas.

REFERÊNCIAS

- Abreu, E. & Costa, L.P.C. (2002). Turismo e Vinho – Um brinde ao Enoturismo. *Jornal Publitis*, 813, 29.
- Adega Cooperativa de Lourinhã (2022) *Doc Lourinhã*. Acesso em 16 abr. 2022. Recuperado de <https://doc-lourinha.pt/doc/>
- Alberti, V. (2005). *Manual de história oral*. 3. ed. Rio de Janeiro: FGV.
- Amaro, S., Barroco, C. & Antunes, J. (2010) *As tecnologias de informação e comunicação na dinamização da Rota do Vinho do Dão*. Acesso em 16 nov. 2020. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10400.19/2431>
- Arev. Assemblée des Régions Européennes Viticoles (2002). *La Europa da civilização da vinha e do vinho*. Acesso em 16 nov. 2020. Recuperado de <http://www.arev.org/spip.php?rubrique=18html&lang=pt>
- Arouche, M. (2020) *Produção mundial de vinhos cai para níveis da década de 1960*. Acesso em 16 nov. 2020. Recuperado de <https://abs-rio.com.br/artigos/producao-mundial-de-vinhos-cai-para-niveis-da-decada-de-1960/>
- Aveleda. (2022) *História*. Acesso em 16 abr. 2022. Recuperado de <https://www.aveleda.com/pt/sobre-nos/historia#>.
- Bahl, M. (2006) Planejamento Turístico por meio da Elaboração de Roteiros. In: Ruschamnn, D. M.; Solha, K. T. (org.). *Planejamento Turístico*. Barueri: Manole: 298-316.
- Barreto, M. (2007) *Turismo y Cultura*. Relaciones, contradicciones y expectativas. El Sauzal (Tenerife. España): ACA y PASOS, RTPC.
- Bendix, R. (1986) *Max Weber: um perfil intelectual*. Brasília: Universidade de Brasília.
- Bourdieu, P. (2007) *A Distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk.
- Brasil (2010) *Plano Nacional de Turismo 2007-2010*. Acesso em 16 nov. 2020. Recuperado de http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_turismo_2007_2010.pdf
- Brasil. Ministério do Turismo. (2007a) *Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: ação municipal para a regionalização do turismo*. Brasília: Ministério do Turismo.
- Brasil. Ministério do Turismo. (2007b) *Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: Roteirização Turística*. Brasília: Ministério do Turismo.

Brasil (2003) *Decreto nº 4.851, de 2 de outubro de 2003*. Acesso em 16 nov. 2020. Recuperado de <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2003/decreto-4851-2-outubro-2003-497513-publicacaooriginal-1-pe.html>

Brasil (1994) *Lei n. 8.918, de 14 de julho de 1994*. Acesso em 16 nov. 2020. Recuperado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8918.htm

Brasil. (1988) *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Acesso em 16 nov. 2020. Recuperado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm

Campos, A. C, Santos, L. G. & Santos, C. A de J. (2012) Regionalização do Turismo no Brasil e a Descentralização do Turismo no Estado de Sergipe: O caso do roteiro cidades históricas. In: *XII Coloquio Internacional de Geocrítica: Independencias y construcción de estados nacionales: poder, territorialización y socialización*, siglos xix-xx. Bogotá, 7 a 11 de março de 2012.

Canclini, N. G. (2008) *Culturas híbridas*. 4.ed. São Paulo: USP.

Cascudo, M. C. (2004). *Cachaça: prazer brasileiro*. Rio de Janeiro: Mauad.

Cave São Domingo. (2022) *Quem somos*. Acesso em 16 abr. 2022. Recuperado de <https://www.cavesaodomingos.com/quem-somos/pt>

Curto, J. C. (1999) Vinho verso Cachaça – A luta Luso-Brasileira pelo Comércio do Alcool e de Escravos em Luanda, c. 1648-1703. In: Pantoja, S.; Saraiva, J. F. S. (Org.). *Angola e Brasil nas Rotas do Atlântico Sul*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 69-97.

Dantas, J.P. (2016) *Um brinde à cachaça: o patrimônio históricocultural e seus usos turísticos nos alambiques do Rio Grande do Norte*. 2016. 126f. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal.

Dencker, A. F. M. (2007) *Pesquisa em Turismo: planejamento, métodos e técnicas*. São Paulo: Futura.

Diário de Notícias. (2017) *Turismo gastronômico representou 23% das visitas à região Norte em 2016*. Acesso em 16 nov. 2020. Recuperado de <https://www.dn.pt/lusa/interior/turismo-gastronomico-representou-23-das-visitas-a-regiao-norte-em-2016-8908916.html>.

Fernandes, J. A. (2004) *Selvagens bebedeiras: Alcool, embriaguez e contatos culturais no Brasil colonial*. 2004. Tese (Doutorado em história) – Programa de PósGraduação em História, Universidade Federal Fluminense.

Getz, D. (2000) *Explore Wine Tourism – Management, Development & Destinations*. Cognizant Communication Corporation, New York.

Galego, L. R. & Almeida, V. R. (2007). *Aguardentes de frutos e licores do Algarve: História, técnicas de produção e legislação*. Lisboa: Edições Colibri.

Gil, Antônio Carlos. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6.ed. São Paulo: Atlas.

Holanda, S. B. O. (1979) *Raízes do Brasil*. Rio de Janeiro, José Olympio.

Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional [IPHAN]. (2007). *Patrimônio cultural imaterial: para saber mais*. Brasília, DF: IPHAN.

Johnson, H. (1999) *A história do vinho*. São Paulo, Companhia das Letras.

Lemos, C. A. C (2004). *O que é patrimônio histórico*. São Paulo: Brasiliense.

Mapa da Cachaça. (2015) *Mapa da Cachaça*. Acesso em 16 nov. 2020. Recuperado de <http://www.mapadacachaca.com.br/>.

Martins, J. P. (2000). *The pleasure of Port*. The inside story of a unique fortified wine. Alfragide: Publicação Dom Quixote.

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

Motta, B. S. D. (2019) *A Rota da Aguardente*. Orientadores: Alexandra Maria de Almeida Matos Pereira e Norberto Nuno Pinto dos Santos. 2019. Dissertação (Mestrado em Alimentação: Fontes, Cultura e Sociedade. Universidade de Coimbra - Faculdade de Letras.

Murta, S. M. (2002). *Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar*. Belo Horizonte: UFMG.

Negri, C. (2011) *O desenho de pesquisa comparativo em Ciências Sociais: reflexões sobre as escolhas empíricas*. Série CEPPAC, 35, 1-19. Acesso em 16 nov. 2020. Recuperado de http://www.ceppac.unb.br/images/ics/S%C3%A9rie_Ceppac/035_negri_camilo_2011_3.pdf

Peele, S. & Brodsky, A. (1996) *Alcohol and society: how culture influences the way people drink*. Pamphlet prepared for The Wine Institute, San Francisco: CA.

Phillips, R. (2003) *Uma breve história do vinho*. Rio de Janeiro, Record.

República Portuguesa. (2020) *Patrimônio cultural*. Acesso em 16 nov. 2020. Recuperado de <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/>

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

Silveira, E. (2014) *Escócia reúne atrações culturais, históricas e gastronômicas*. Acesso em 16 nov. 2020 recuperado de

<https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2014/09/1520520-escocia-reune-atracoes-culturais-historicas-e-gastronomicas.shtml>

Simões, R. (2008). Enoturismo em Portugal: as Rotas de Vinhos. *Pasos, Revista de Turismo e Património Cultural*, 6(2), 269-279.

Schneider, S. & Schimitt, C. J. (1998) O uso do método comparativo nas Ciências Sociais. *Cadernos de Sociologia*, Porto Alegre, 9, 49-87.

Tavares, A. G., Dantas, J. P. & Nóbrega, W. R. M. (2015). A Cachaça como patrimônio cultural e turístico. *Revista Hospitalidade*, 12 (1), 387-410.

Turismo de Portugal. (2015) *Inquérito a Turistas Abril de 2015*. Acesso em 16 nov. 2020. Recuperado de http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/An%C3%A1lises/Estudo%20Satisfa%C3%A7%C3%A3o%20dos%20Turistas/Inqu%C3%A9rito%20Turistas%20Inverno_2015.pdf

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura [UNESCO]: (2003) Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. Acesso em 16 nov. 2020. Recuperado de <http://whc.unesco.org/en/about/>.

Valle Pradinhos (2022). *História*. Acesso em 16 abr. 2022. Recuperado de <https://vallepradinhos.pt/index/history>

Wine 4 People (2022) *Quinta das Bágeiras*. Acesso em 16 abr. 2022. Recuperado de <http://www.wine4people.com/pt/quinta-das-bageiras/>

APÊNDICE

Apêndice A. Instrumento de coleta de dados/gráficos.

PESQUISA/OBJETO DE ESTUDO:

**CACHAÇA POTIGUAR – ROTEIRIZAÇÃO, PATRIMÔNIO CULTURAL
E FUNÇÃO TURÍSTICA**

**PARTE 0 - DADOS DE IDENTIFICAÇÃO DO ENTREVISTADO (PERFIL)
ROTEIRO DO QUESTIONÁRIO**

2 Faixa Etária: () 18 a 30 - () 31 a 40 – () 41 a 50 – () acima de 50

3 Escolaridade: () fundamental – () médio – () superior – () pós graduação

4 Naturalidade:

5 Experiência Profissional:

**PARTE 1 - ESTRUTURA E PORTE: (1) ótimo – (2) bom – (3) regular – (4) ruim –
(5) péssimo**

1. Quanto à localização dos alambiques, levando em consideração a logística, você acha viável a realização do roteiro?
2. E quanto à acessibilidade e sinalização?
3. Antes da visita, qual seu nível de conhecimento sobre como funcionava um alambique, levando em consideração: porte, dimensões físicas, maquinário, número de empregados e produção?

**PARTE 2 - PERCEPÇÃO, VISÃO, EXPERIÊNCIA, OPINIÕES SOBRE O
ALAMBIQUE COMO PATRIMÔNIO CULTURAL E ALTERNATIVA TURÍSTICA: (1)
ótimo – (2) bom – (3) regular – (4) ruim – (5) péssimo**

1. Denominação: O que você acha do Título do Roteiro “Rota da Cachaça Potiguar”?
2. O que compreende sobre a qualidade das cachaças produzida no alambique?
3. Durante a visita, as explicações sobre história e produção da cachaça ficaram claras?
4. Qual o nível de comprometimento por parte dos proprietários dos alambiques, e da agência de viagens em associar a produção da Cachaça Potiguar à questão da identidade, patrimônio Histórico-cultural?
5. Além da produção para comercialização, existe a intenção de direcionar essa produção para outros fins, como: o turismo, através de visitação, inserção em roteiros turísticos?
6. Você vê a Rota da Cachaça Potiguar como um produto turístico, ou seja, tem potencial Turístico?

7. Depois de participar das explicações, qual sua visão sobre a cachaça como benefício e bem-estar?
8. Depois de participar das explicações, qual sua visão sobre a cachaça como dependência e malefício?
9. Nos alambiques visitados, você percebeu algum tipo de relação do empreendimento com a comunidade local?

Resposta:

10. Na sua opinião, qual o público-alvo do alambique?

Resposta:

11. O que você percebeu de diferencial nesse roteiro em relação a outros roteiros que já realizou?

Resposta:

ANEXO

Anexo A. Imagens.

Imagem 1. Outdoor.



Fonte: Acauã Viagens e Turismo, 2019.

Imagem 2. Placa de identificação dos alambiques da Rota.



Fonte: Acauã Viagens e Turismo, 2019.

Imagem 3. Empresas parceiras da Rota.



Fonte: Acauã Viagens e Turismo, 2019.