LIVIA ZOTOVICI MARTINS

PROPOSTA DE IMPLANTAÇÃO DA ROTA DA CACHAÇA NA CIDADE DE MORRETES - PR

CURITIBA

2004

LIVIA ZOTOVICI MARTINS

PROPOSTA DE IMPLANTAÇÃO DA ROTA DA CACHAÇA NA CIDADE DE MORRETES - PR

Projeto de Conclusão de Curso apresentado às disciplinas de Orientação de Projeto em Alimentos e Bebidas e Projeto em Alimentos e Bebidas, como requisito parcial para a obtenção do grau em bacharel em Turismo, Curso de Turismo, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná.

Prof. Orientadora: Prof. Msc. Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes

CURITIBA

2004

FICHA DE IDENTIFICAÇAO DO PROJETO

TÍTULO: Proposta de implantação da Rota da Cachaça na cidade de Morretes - PR.

AUTORA: Livia Zotovici Martins.

INSTITUIÇÃO: Universidade Federal do Paraná.

LOCAL: Curitiba – PR.

DATA: Dezembro de 2004.

RESUMO: A cachaça surgiu no Brasil há mais de quatrocentos anos, e desde então vem sendo produzida e consumida em larga escala ao redor do país. A cachaça artesanal se destaca por sua qualidade e pelo processo cuidadoso de preparo. A valorização da bebida no cenário nacional e mundial proporcionou o surgimento de diversos atrativos turísticos vinculados à mesma. Partindo do potencial turístico da bebida, o trabalho propõe a implantação da Rota da Cachaça na cidade de Morretes, tradicional produtora paranaense de cachaça artesanal.

PALAVRAS-CHAVES: turismo, Cachaça, Morretes, Rota da Cachaça.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar à Marie, pela sua grande dedicação e seriedade na orientação deste projeto e pelo apoio nos momentos difíceis (com direito até a choro!);

À minha família, que me deu suporte para chegar até aqui; em especial, à minha mãe, companheira de viagem a Morretes;

Ao Marcelo, designer gráfico e apreciador de cachaça, pelo precioso suporte técnico;

Ao Eduardo, pela compreensão neste momento "tenso" da minha vida (não é fácil ter uma namorada ausente e sempre cansada!);

À todos que contribuíram para a realização deste trabalho, em especial aos donos e funcionários de alambiques, que me receberam com muita atenção e presteza;

Aos meus amigos e companheiros de curso, que tornaram a minha vida acadêmica mais prazerosa.

Igual a boa aguardente
Não existe outra bebida
Nem uísque, nem conhaque
Nem cerveja nem batida
Sem precisar de mistura
Aguardente boa e pura
Nos dá mais prazer na vida.
(Apolônio Alves dos Santos)

A cachaça, meus senhores,
Não tem pátria nem nação
Na Rússia ou na Argentina
Tem a mesma aceitação
Todos gostam da "bichinha"
Com amor e devoção
(Chico Barros)

SUMÁRIO

LISTA DE SIGLAS vi
INTRODUÇÃO 1
1 TURISMO E GASTRONOMIA 5
2 O UNIVERSO DA CACHAÇA: PROCESSO PRODUTIVO, HISTÓRIA E TURISMO 17
2.1 ASPECTOS CULTURAIS, PANORAMA ATUAL E APROVEITAMENTO TURÍSTICO DA CACHAÇA NO BRASIL 24
2.1.1 Panorama atual e aproveitamento turístico da cachaça no Brasil 28
3 TURISMO E CACHAÇA EM MORRETES 34
3.1 A ATIVIDADE TURÍSTICA EM MORRETES 36
3.2 A TRAJETÓRIA DA CACHAÇA MORRETEANA 46
3.2.1 Atual produção da cachaça em Morretes 51
3.3 PROPOSTA DE IMPLANTAÇÃO DA ROTA DA CACHAÇA 55
3.4 CONSIDERAÇÕES SOBRE A ROTA DA CACHAÇA 70
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS 73
RELAÇÃO DE ENTREVISTAS 76
REFERÊNCIAS 77
APÊNDICES 80
ANEXOS 86

LISTA DE SIGLAS

ABRABE – Associação Brasileira de Bebidas.

ACIAM – Associação Comercial, Industrial e Agropecuária de Morretes.

APEX – Agência de Promoções de Exportações.

APPCAA - Associação Paranaense dos Produtores de Cachaça Artesanal de Alambique.

EMATER Paraná – Empresa Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural.

EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo.

FENACA – Federação Nacional das Associações de Produtores de Cachaça de Alambique.

FUNBIO – Fundo Brasileiro para a Biodiversidade.

OMT - Organização Mundial do Turismo.

ONG – Organização Não Governamental.

PIB - Produto Interno Bruto.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

INTRODUÇÃO

O turismo é um fenômeno marcante, que devido ao grande crescimento nas últimas décadas (no caráter comercial), vem proporcionando alto grau de desenvolvimento econômico em diversas localidades, uma vez que representa uma atividade sócio-econômica de grande rentabilidade.

Em diversas regiões, o turismo se configura como principal atividade econômica, tendo sua população extremamente dependente desta atividade; outros locais fazem do turismo uma alternativa que agrega valor à economia, pois devido aos efeitos multiplicadores da atividade turística, o turismo atinge direta e indiretamente diferentes setores produtivos. Isto ocorre porque os serviços turísticos dependem de uma série de outros serviços (não relacionados diretamente ao turismo) para se efetivarem. A estrutura hoteleira, por exemplo, tem que contar com um amplo suporte produtivo para seu funcionamento, tais como serviços de venda e assistência técnica de produtos eletrônicos, empresas de fornecimento de gêneros alimentícios, empresas de transporte urbano, etc. Além disso, o envolvimento da mão-de-obra assalariada proporciona aumento no poder de consumo da população, refletindo em toda a economia, através da circulação do capital.

Portanto, é notável a importância do turismo, pois o correto desenvolvimento do mesmo tende a trazer inúmeros benefícios à região que o promove. Para que seja desenvolvida corretamente, é necessário haver um planejamento da atividade turística, utilizando os recursos disponíveis de forma adequada. Este é um dos preceitos do desenvolvimento sustentável, o qual defende que o turismo deve ser efetivado levando-se em consideração o equilíbrio entre a economia, a população local e o meio ambiente, a fim de obter benefícios à sociedade sem esgotar os recursos naturais e sem distorcer o patrimônio cultural local.

Além da importância econômica do turismo, a atividade se destaca pelo aspecto cultural, uma vez que promove a interação entre diversas culturas. Uma das principais motivações turísticas consiste no encontro de lugares e culturas diferentes daqueles de origem do indivíduo. Sob este aspecto, o turismo é uma prática cultural que destaca as identidades locais, tornando-as um "produto" atrativo ao turista. Neste contexto, o

turismo gastronômico se apresenta como uma prática relacionada à busca pela satisfação do paladar, dentre outras motivações, onde a gastronomia existente no destino turístico é o principal produto cultural, o atrativo que motiva a vinda do visitante.

Portanto, o turismo é uma atividade importante tanto sob o ponto de vista cultural quanto sob o aspecto sócio-econômico, uma vez que a atividade pode ser um instrumento de desenvolvimento econômico e de valorização da cultura local. Tendo em vista este quadro, o seguinte trabalho apresenta como tema a utilização turística da cachaça na cidade de Morretes, litoral do Paraná, enfocando este aproveitamento a partir da criação de uma "Rota da Cachaça" no município.

Embora os tradicionais produtores de cachaça no Brasil estejam localizados, em sua maioria, no estado de Minas Gerais, a produção da cachaça em Morretes é bastante tradicional, relacionando-se à história de muitos cidadãos e até mesmo à trajetória do município, que tem um longo histórico na produção da cachaça artesanal, difundida pelos imigrantes italianos. A produção da cachaça Morreteana atingiu seu auge nos anos de 1950, quando alcançou prestígio nacional, e sofreu um declínio nos anos seguintes.

Após anos de completo abandono na produção de cachaça, o município passa atualmente por um processo de resgate da tradição da bebida. A difusão da aguardente de cana produzida em Morretes foi tanta que o termo "Morreteana" representa um sinônimo da palavra cachaça, reconhecido no dicionário da língua portuguesa *Aurélio* (FERREIRA, 2003). Desta forma, a cachaça Morreteana se tornou uma marca registrada da cidade – não apenas pela tradição, mas também pela qualidade e variedade - agregando valor à gastronomia típica do município.

A gastronomia, por sinal, representa o principal atrativo turístico da cidade, graças ao barreado, prato típico do litoral paranaense, responsável pela atração de diversos turistas, que vão à cidade a fim de degustá-lo. No entanto, a utilização da cachaça como atrativo turístico não é bem explorada pelo município. A idéia de propor uma alternativa de utilização turística da cachaça em Morretes surgiu da percepção de que a cachaça Morreteana representa uma temática extremamente rica, completamente inserida na história e cultura da cidade, portanto possui grande potencial turístico, podendo ser trabalhado de diversas formas. Não obstante, o fato

do turismo gastronômico já estar bem consolidado no município é um quadro favorável ao sucesso de um novo produto turístico, a Rota da Cachaça.

Neste contexto, o objetivo geral deste trabalho é propor a criação de um roteiro turístico temático - a Rota da Cachaça - em Morretes, que contribua para o desenvolvimento do turismo na cidade. O estudo da temática cachaça e sua conexão à atividade turística, efetivada aqui pela proposta de criação da rota, é de grande importância, uma vez que através da implantação deste roteiro será possível um melhor aproveitamento do potencial turístico da cachaça no município, que atualmente se dá de forma insatisfatória. A existência de outros roteiros gastronômicos bem-sucedidos ao redor do mundo, inclusive alguns vinculados à cachaça no Brasil, leva a crer que esta proposta, se implantada, possibilita a inserção da cachaça no roteiro turístico da cidade, valorizando a atividade de pequenos e médios produtores, podendo, inclusive, tornar-se um produto de alto valor no mercado turístico internacional.

Para a efetivação da proposta, faz-se necessário identificar como é trabalhado o turismo na cidade, levantar a viabilidade da utilização turística da cachaça em Morretes e verificar as condições de produção da cachaça Morreteana, no que tange à qualidade do produto e às instalações dos alambiques.

A problemática central consiste em analisar de que forma desenvolver uma rota da cachaça na cidade em Morretes, utilizando os recursos disponíveis de maneira racional, tendo em vista os fatores históricos, a infra-estrutura envolvida, o interesse dos produtores de cachaça, do *trade* turístico e da prefeitura. Esta proposta visa beneficiar a comunidade local, contribuindo para o desenvolvimento do turismo sustentável na cidade. Como metodologia para a realização do trabalho foram utilizadas a pesquisa teórica e a pesquisa de campo. A pesquisa teórica foi feita através de livros, revistas especializadas, artigos de jornal, consulta a *sites* e material promocional da cidade de Morretes. A pesquisa de campo se deu através de observação e pesquisa qualitativa, através de entrevistas realizadas com diversas pessoas envolvidas com o turismo e/ou com a produção de cachaça no Paraná.

Traçado este panorama, apresenta-se a estrutura do trabalho de conclusão de curso. O primeiro capítulo busca demonstrar as relações entre o Turismo e a Gastronomia, estabelecidas tanto pela prestação de serviços de alimentação –

essenciais à atividade turística -, através dos estabelecimentos de alimentos e bebidas, quanto pela condição de atrativo turístico que a gastronomia pode adquirir em uma determinada região.

O segundo capítulo trata do universo da cachaça. Nele encontram-se definições referentes ao universo da bebida e seu modo de produção. Também neste capítulo o leitor pode conhecer um pouco sobre como surgiu e se disseminou a cachaça pelo Brasil, chegando ao panorama atual da produção de cachaça no país. Este capítulo culmina em um tópico bastante importante para a compreensão da proposta do trabalho, que é a utilização turística da cachaça, demonstrada em diversificadas experiências no Brasil. Este elemento apresenta tal importância por ilustrar algumas possibilidades de desenvolvimento de atrativos turísticos vinculados à cachaça, fazendo com que o leitor compreenda as diferentes oportunidades que podem ser trabalhadas.

O terceiro capítulo está voltado à cidade de Morretes, no qual são apresentados dados sobre a cidade, histórico, caracterização da atividade turística e da atual produção da cachaça na cidade. Neste capítulo são apresentados os principais alambiques do município. É também no terceiro e último capítulo onde constam os detalhes da proposta de implantação da Rota da Cachaça, com a definição dos elementos que comporão o roteiro.

Finalizando este trabalho, são apresentadas as considerações finais, que trazem reflexões sobre esta iniciativa de trabalho de pesquisa e sobre a proposta aqui apresentada.

1. TURISMO E GASTRONOMIA

A atividade turística é um fenômeno que está se consolidando no séc. XXI como um imperativo social, econômico e cultural, tornando-se uma necessidade de várias camadas da população, devido ao seu alto grau de popularização. Antigamente verificada como atividade exclusiva das elites econômicas, hoje o turismo é praticado em diversos níveis sociais, desde as camadas mais populares.

Essa grande popularização do turismo fez dele uma atividade bastante desenvolvida, difundida por todo o mundo. CAIXETA (2004) afirma que o turismo mundial movimenta anualmente meio trilhão de dólares e cerca de 700 milhões de pessoas viajam para fora de seu país, todos os anos. Segundo DIAS e AGUIAR (2002), o turismo é considerado hoje a principal atividade econômica mundial, superando setores tradicionais, tais como a indústria automobilística, a eletrônica e a petrolífera.

De acordo com a OMT - Organização Mundial do Turismo, define-se como turismo o deslocamento para fora do local de residência por período superior a 24 horas e inferior a 60 dias motivado por razões não-econômicas. Tal definição serve para padronizar o conceito de turismo nos vários países membros dessa organização, mas não serve para definir a real magnitude desse fenômeno (IGNARRA, 2001). Na realidade, diversos são os conceitos atribuídos ao turismo. A evolução da conceituação da atividade evoluiu na medida em que o próprio turismo se desenvolveu, e as nações começaram a perceber a necessidade de uma conceituação mais abrangente da atividade. BENI (1998) afirma que por mais diversas sejam as noções de turismo, elas apresentam alguns elementos comuns entre si, referentes aos conceitos de viagem ou deslocamento, permanência fora do domicílio, temporalidade, sujeito do turismo (o homem) e objeto do turismo (equipamento receptivo e serviços prestados para a satisfação do turista).

A atividade turística é proveniente de um movimento social, extremamente relacionado ao fator econômico, tendo como base o consumo de bens e serviços ofertados em determinados espaços físicos, diferentes daqueles nos quais vive o indivíduo. O turismo é utilizado em diversas localidades como impulsionador econômico, uma vez que é responsável pela entrada de divisas na comunidade

receptora. Segundo DIAS e AGUIAR (2002, p.156) *o crescimento exponencial da indústria do turismo no final do século passado e início do século XXI colocou este setor em evidência no cenário econômico mundial. Para muitos países, como os caribenhos, por exemplo, o turismo contribui com a maior fatia do Produto Interno Bruto (PIB).*

De acordo com dados fornecidos pela Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo), a receita cambial gerada pelo Turismo Internacional no Brasil em 2002 foi de U$ 3,1 bilhões. Este número ainda é bastante pequeno se comparado com o montante arrecadado em todo o mundo naquele ano; representa apenas 0,64% do total. Contudo, é evidente que a atividade turística, quando corretamente desenvolvida, é capaz de injetar altos lucros na economia de uma localidade.

Portanto, o turismo é uma atividade extremamente importante no aspecto econômico; contudo, este é apenas um dos aspectos da atividade. O turismo é uma prática cultural, muitas vezes relacionada à realização de sonhos, à satisfação de desejos, à busca pelo desconhecido. Na atividade turística, o deslocamento do indivíduo é impulsionado por um propósito, uma motivação que leva a esta movimentação. A existência de atrativos que motivem o deslocamento para a região receptora é um fator essencial para a efetivação do turismo. Segundo IGNARRA (2001, p.48), *os atrativos estão relacionados com as motivações de viagens dos turistas e a avaliação que os mesmos fazem desses elementos.* Ou seja, o grau de atratividade varia de acordo com o interesse que cada indivíduo demonstra em relação a um determinado aspecto da localidade.

Portanto, pelo fato de existir diferentes gostos e preferências, assim como atrativos de diferentes apelos turísticos, possibilitou-se a segmentação da atividade, pois desta maneira é possível atender às diversificadas motivações da demanda. Surgiram então variados segmentos de turismo: o ecoturismo, turismo rural, turismo gastronômico (que alguns autores o consideram vinculado ao turismo cultural), turismo de aventura, turismo de eventos, de negócios.Tão diversos são os segmentos quanto são as motivações dos turistas. BENI (1998, p. 149) esclarece que *o motivo da viagem é o principal meio disponível para segmentar o mercado turístico. Os maiores segmentos deste mercado, por afluência de turistas, são: turismo de descanso ou férias; de negócios e compras; desportivo; ecológico; rural;*

de aventura; religioso; cultural; científico; gastronômico; estudantil; de congressos, convenções, encontros e similares; familiar e de amigos; de saúde ou médico-terapêutico.

Deve-se considerar, ainda, que outros elementos são necessários ao desenvolvimento da atividade turística. Tais elementos podem ser considerados parte de um patrimônio turístico, que consiste no complexo de um país ou localidade determinado a partir da integração entre a matéria-prima (os atrativos turísticos), com a planta turística (formada pelos equipamentos, instalações e serviços vinculados ao desenvolvimento das atividades turísticas), com a infra-estrutura (relacionada tanto ao turismo quanto à própria vida cotidiana da localidade), e com a superestrutura turística, a qual corresponde aos organismos especializados encarregados de otimizar o funcionamento das partes integrantes do turismo.

Dentre os equipamentos turísticos incluem-se todos os estabelecimentos que se dedicam a prestar os serviços básicos aos turistas, tais como alojamento, alimentação, agenciamento, entretenimento, dentre outros. Segundo BOULLÓN (1985), os serviços de alimentação são prestados pelos restaurantes, cafés e quiosques. BENI (1998) apresenta um cenário mais amplo, afirmando que *os* serviços de alimentação apresentam aspectos variados, atendendo a diversificadas exigências, e são representados pelos restaurantes, bares, cafés, lanchonetes, casas de chá, confeitarias, cervejarias, casas de suco e sorvete e quiosques de praia ou campo. Independente do grau de diversificação, os serviços de alimentação são essenciais à atividade turística, uma vez que tratam de uma das mais básicas necessidades do homem. SCHLUTER (2003, p. 9) observa que:

> La alimentación cumple com uma función biológica al suministrar al cuerpo las substancias indispensables para su subsistencia. Los alimentos permiten incorporar elementos que proporcionan al organismo los nutrientes necesarios que necesita para su existencia por lo que se hace necesaria una selección en función de las actividades que el hombre realiza.

Atualmente verifica-se uma grande diversificação nos estabelecimentos responsáveis pelo fornecimento da alimentação. Com a difusão da atividade turística e a globalização da economia, surgiram novas necessidades, motivações e desejos gastronômicos. Em vista disso, além dos restaurantes denominados clássicos, criaram-se outras formas de se fornecer comida e bebida ao público.

A partir desta necessidade do indivíduo de uma oferta diversificada, observa-se o surgimento de uma imensa variedade de opções e tipos de estabelecimentos na restauração. A diversidade vai desde o tipo de serviço prestado até o "clima" criado pelo empreendedor, que irá transparecer a filosofia do estabelecimento.

Nota-se que inúmeros estabelecimentos se destacam não somente pelo fato de fornecer alimentos e bebidas, mas por vender uma idéia, uma filosofia, ou proporcionar entretenimento aos seus clientes. Muitas vezes, os valores nutricionais de determinado alimento são colocados em segundo plano na escolha dos mesmos; outras satisfações, como busca do prestígio social, eficácia medicinal ou contato com o sagrado, podem ser determinantes na definição dos padrões alimentares. Isto acontece porque, conforme observam BONIN e ROLIM (1991), os hábitos alimentares se constituem na própria imagem da sociedade, formando um sistema que se traduz na forma de seleção, preparo e ingestão dos alimentos. Esta associação do valor simbólico ao alimento é reforçada por SANTOS e ANTONINI (2003, p. 252):

> La cultura de la alimentación considera algunos aspectos de la comida que van más allá del simple aporte de nutrientes, ya que el acto de alimentarse está influido por la construcción de la identidad simbólica de los alimentos. La alimentación no solo contempla la satisfación de una necesidad fisiológica, idéntica en todos los hombres, sino también la diversidad de culturas y todo aquello que contribuya a modelar la identidad de cada pueblo.

Desta forma, verifica-se que a alimentação apresenta um papel muito mais amplo do que a simples satisfação das necessidades fisiológicas humanas. A gastronomia[1], de acordo com FERREIRA (1999, p. 974), *é o conhecimento teórico e/ou prático acerca de tudo que diz respeito à arte culinária, às refeições apuradas, aos prazeres da mesa*. A alimentação, portanto, apresenta uma estreita relação com a cultura e a arte.

A definição de cultura é bastante subjetiva e abrangente, uma vez que engloba um conjunto de práticas e conhecimentos manifestados pelos indivíduos e percebidos através da sociedade, do ambiente no qual estes indivíduos estão inseridos, e da carga simbólica acumulada pela história de cada povo.

---

[1] A gastronomia consiste na arte do preparo e degustação dos alimentos; a culinária, por sua vez, está relacionada às técnicas de preparo dos alimentos.

BARRETO (2001) define a cultura como a expressão do modo de pensar, sentir, agir e reagir de um indivíduo, de uma comunidade ou de uma nação. Manifesta-se na relação social através de culto, culinária, indumentária, arte, artesanato e arquitetura. TYLOR (*apud* Petry, 1995, p. 75) enfatiza que *cultura é o todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, lei, costumes e todas as demais capacitações e hábitos adquiridos pelo homem como membro da sociedade*. Portanto, entende-se a cultura como produção humana, conjunto de aspectos tangíveis e intangíveis produzidos por um determinado grupo, que lhe dá identidade, caracterizando-o.

Voltando às relações que se estabelecem entre a alimentação e a cultura, SAMPAIO (2001) afirma que a culinária é uma das mais ricas formas de expressão cultural, pois através dela é possível atingir melhor compreensão da história, da organização social, da condição ambiental e econômica, da psicologia e do modo de ser e de viver de uma determinada comunidade ou nação.

A gastronomia, enquanto prática cultural, pode vir a exercer um importante papel na atividade turística. ASHTON (2001, p. 9) afirma que *a força econômica dos temas ligados à cultura ganhou expressão mercadológica no século XX, e a expansão do turismo como fator econômico determinou profundas mudanças culturais a partir do acesso universal à informação. A temática cultural transformou-se em elemento determinante dos movimentos sociais e econômicos, e sua análise exige essa abrangência conceitual que caracteriza o Turismo.*

De acordo com a EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo), o turismo cultural é definido como um fenômeno social, produto da experiência humana. Ele consiste em uma prática que aproxima e fortalece as relações sociais e o processo de interação entre indivíduos e seus grupos sociais. O turismo gastronômico, por sua vez, está incorporado ao turismo cultural e também se desenvolve graças à curiosidade acerca das diferentes manifestações de uma cultura, neste caso gastronômicas. SANTOS (2003, p. 268) observa que *el turismo cultural, entendido como fenómeno de viajeros e turistas en busca de encuentros excitantes e educativos con otras personas, nuevas tradiciones, la historia y el arte de los pueblos también puede incluir a la gastronomía entre sus intereses.*

Dessa forma, a gastronomia de uma região – reflexo dos aspectos culturais da população – pode agregar valor a um determinado produto turístico, ou ainda ser a motivadora do fluxo turístico em uma localidade, possibilitando a conceituação deste fenômeno com turismo gastronômico. Segundo SCHLUTER (2003, p. 69), *a dimensão social e cultural da gastronomia determinou incorporá-la "ao complexo emaranhado das políticas de patrimônio cultural". O uso que o turismo faz do patrimônio determina que a gastronomia adquira cada vez maior importância para promover um destino e para captar correntes turísticas.*

A busca pelo "novo" (assim considerado aos olhos que quem desconhece certo aspecto da cultura de um povo) se relaciona diretamente ao turismo gastronômico, como defendem SANTOS e ANTONINI (2003, p. 257), ao afirmarem que *el turismo cultural gastronómico se estudia como la actividad en que las personas se desplazan con la intención de agregar valores, en busca de conocer otros modos de vida y otra alimentación.*

Observa-se que a prática do turismo gastronômico desenvolve-se não apenas devido à existência de um produto final, o alimento e/ou a bebida em si, como também pode estar vinculada ao processo produtivo dos mesmos, aos eventos gastronômicos promovidos pela localidade, assim como aos roteiros temáticos nos quais podem se inserir um determinado aspecto da gastronomia local, de acordo com as características similares que caracterizam uma região. Ilustrando os diferentes elementos a partir dos quais pode-se desenvolver o turismo gastronômico, seguem algumas reflexões.

A curiosidade despertada a partir de um determinado alimento pode fazer de um prato típico o principal atrativo turístico de uma região. Os pratos típicos são importantes uma vez que carregam consigo uma história, uma tradição, diversos valores populares neles incutidos. Não obstante, o modo de preparo de alguns destes pratos já corresponde a um espetáculo à parte. GIMENES (2003, p.274) observa que *alimentos e bebidas típicas, que refletem a história e a cultura de vários povos e comunidades por meio de formas específicas de seleção, combinação e preparo de iguarias, despertam a atenção do visitante e possuem grande influência na escolha por determinados destinos turísticos.*

O Barreado – prato típico do litoral paranaense, de origem controversa – é um destes casos. No folclore paranaense, o Barreado é símbolo de fartura, festa e alegria. O nome do prato vem da expressão "barrear" a panela, com um pirão de cinza ou farinha de mandioca, para evitar que o vapor escape e o cozido não seque depressa (receita do barreado vide anexo I). Dizem que o mesmo era servido aos caboclos que iam às vilas levar os produtos da lavoura. Posteriormente foi dotado como prato do período carnavalesco. A mulher, para poder participar dos festejos do carnaval, deixava a comida preparada de antemão para todo o período. Sua característica é de que, mesmo requentado, não perde o sabor original.

CAVAGNOLLI (1995) esclarece que a penetração do barreado no litoral paranaense deu-se por Porto de Cima e São João da Graciosa, no ciclo da Erva-mate, trazidos pelos tropeiros da Lapa e outras regiões do planalto, por se tratar de uma alimentação que permanecia sem se deteriorar durante o longo percurso na demanda do planalto ao litoral, que durava até quinze dias.

O Barreado é um prato capaz de atrair, sozinho, grande demanda turística aos locais nos quais ele é amplamente comercializado. Na cidade de Morretes o prato representa a principal motivação da vinda do turista, sendo que as demais atrações configuram-se como complementares ao prato. Existe até mesmo uma forma especial de servir o prato (destinada a entreter os turistas), na qual o garçom faz uma "encenação" do modo de preparo do prato. Esta prática é bastante comum nos restaurantes da cidade. Devido às suas condições de preparo e grande demanda do público, o barreado é um prato comercializado durante todo o ano, em diversos estabelecimentos.

Na realidade, a existência do prato em si, na maioria dos casos, não é a única responsável pela atração turística; tal motivação se observa geralmente quando o prato encontra-se vinculado a um determinado acontecimento, como um evento gastronômico. Contudo, estes pratos aparecem como grandes diferenciais de uma localidade, agregando valor à oferta turística. SANTOS e ANTONINI (2003, p. 246) afirmam que "la cocina se presenta como una forma de aumentar la oferta turística, ya sea como producto principal o como valor agregado al turismo cultural considerado como rescate del saber de un pueblo".

O termo evento, segundo GIMENES (2003, p. 275) designa, de forma geral, um acontecimento programado, com data, horário e local pré-definidos. A promoção de eventos está crescendo em todo o mundo, e observa-se que ela é capaz de desempenhar um importante papel na economia de uma região. BAHL (2003, p. 5) afirma que *um evento pode atrair turistas e movimentar somas relevantes para a rede hoteleira, bem como para as empresas ligadas ao turismo receptivo, visto que, mesmo com o mérito principal de reunir pessoas cujas aspirações se assemelham, geram emprego e renda para a comunidade receptora através de oportunidades que o evento proporciona, fazendo circular o dinheiro, gerando riquezas.*

A gastronomia pode constituir a principal atração de um evento ou pode estar associada a uma determinada festividade, de cunho religioso, político, artístico, dentre outros. Após análise dos eventos oficiais ocorridos no Estado do Paraná em 2003, GABARDO e OKADA (2003) constataram que a gastronomia figurava vinculada aos seguintes temas: comemorações religiosas, produtos alimentícios e/ou seus derivados, pratos típicos, aniversários de município, gastronomia típica étnica, feiras e exposições, rodeios e festas de peão, torneios com degustação, concursos gastronômicos e festa da colheita e/ou do produtor rural.

Os eventos gastronômicos têm se mostrado extremamente importantes para a atividade turística dos municípios que os promovem, capazes de atrair demanda à localidade, podendo, inclusive, combater a sazonalidade do turismo, incrementando a economia local. A execução dos mesmos é uma das opções encontradas por diversos municípios que – por não possuir muitos atrativos turísticos - vêem na realização de um evento a possibilidade de atrair um maior número de turistas.

A Festa Nacional do Porco no Rolete, realizada todos os anos no mês de setembro em Toledo, Paraná, é uma das mais tradicionais festas gastronômicas do estado e seguramente a maior do município. O prato do Porco no Rolete nasceu em 1974, fruto de uma aposta entre um grupo de amigos que lançaram o desafio de assar um porco inteiro. A iniciativa obteve tanto sucesso que foi criada a Festa e os assadores acabaram se transformando em profissionais, sendo atualmente convidados para assar o porco no rolete em diversos eventos dentro e fora do país, dada a especialidade de preparo do prato. O evento atualmente apresenta inúmeras

atrações artístico-culturais, conseguindo atrair ao município mais de 40 mil visitantes em um só dia, de acordo com informações da Prefeitura de Toledo.

O Carneiro no Buraco é outro exemplo de prato típico que se tornou a principal atração de um evento, a Festa Nacional do Carneiro no Buraco, realizada anualmente em Campo Mourão, também no estado do Paraná. Segundo dados da Prefeitura do município, além do sabor apurado do prato típico, os participantes são atraídos pelos tradicionais rituais realizados durante a preparação, envolvendo inclusive os visitantes. A curiosa forma como é cozida a iguaria (em tachos colocados em buracos cavados no chão), juntamente com a multiplicidade de ingredientes e condimentos utilizados, bem como a variada programação do evento, são alguns dos elementos responsáveis pelo sucesso da Festa, que transformou o prato em um dos maiores referenciais do Município, divulgando também todo o potencial turístico de Campo Mourão e fomentando a economia local.

Além dos eventos voltados aos pratos típicos, algumas festas promovem a cultura de imigrantes através da gastronomia, oferecida juntamente com outras tradições. SCHLUTER (2003, p. 47) verifica que:

> En áreas caracterizadas por el asentamiento de inmigrantes, como sucede en el sur de Brasil y en gran parte de Argentina, la culinaria es una forma de mostrar la identidad de cada grupo étnico mediante la preparación de platos específicos. Estas festas de los inmigrantes tanto las danzas típicas, muestras de artesanías y platos étnicos constituyen el imán que atrae tanto a la población residente como a los turistas.

Não obstante à oferta de acontecimentos programados, a existência de uma determinada etnia pode acarretar a formação de pólos gastronômicos, como é o caso de Santa Felicidade, conhecido bairro de Curitiba (Paraná), que apresenta grande concentração de imigrantes italianos. Esta região destaca-se pela quantidade e variedade de restaurantes, especializados, em sua maioria, em servir comida italiana. Além da cozinha típica, os estabelecimentos também se esmeram em manter um "clima italiano", sendo que alguns deles proporcionam aos seus clientes shows de música e danças características da Itália.

Um bom exemplo de utilização turística da gastronomia étnica ocorre na cidade de Valdívia, Chile, onde se fabrica a famosa cerveja Kunstmann, que tem seu surgimento ligado à colonização alemã no sul do país. Devido à sua qualidade, a

cerveja conseguiu um lugar de destaque no mercado chileno e internacional. Integrado a fábrica produtora de cerveja há um local, conhecido como "A Cervejaria", onde são servidos pratos típicos alemães, um dos atrativos mais visitados pelos turistas que vão a Valdívia (SCHLUTER, 2003).

Outra forma de fazer da oferta gastronômica uma atração turística é através da elaboração de um roteiro. BAHL (2004, p. 31) esclarece que *um roteiro turístico resume todo um processo de ordenação de elementos intervenientes na efetivação de uma viagem. O roteiro pode estabelecer as diretrizes para desencadear a posterior circulação turística, seguindo determinados trajetos, criando fluxos e possibilitando um aproveitamento racional dos atrativos a visitar*. Existem modalidades distintas de roteiros: o circuito e a rota, que embora apresentem características diferentes, se assemelham no sentido de estarem vinculados a uma temática específica. O circuito é assim denominado em razão de seu formato, com percurso circular de uma programação turística, não passando duas vezes pela mesma cidade ou atrativo, com retorno ao ponto de partida. A rota, por sua vez, é um caminho direcionado, que pode ser rodoviário, marítimo ou aéreo, com a indicação de um sentido ou de um rumo a ser seguido. Esta denominação é bastante utilizada para designar itinerários turísticos planejados e estabelecidos em uma localidade (BAHL, 2004).

Conforme citado, os roteiros podem ser temáticos; neste caso, estarão voltados aos mais diferenciados temas: arquitetura, gastronomia, história, etnia, misticismo, natureza, etc. A elaboração de um roteiro temático se torna extremamente importante ao passo que reúne atrativos em um determinado itinerário, de acordo com uma motivação específica.

Elaborar um roteiro temático não implica incluir exclusivamente um determinado tipo de atrativo, em detrimento dos outros. Significa dar uma ênfase maior a uma certa motivação, que será verificada no decorrer do percurso. Sendo assim, um roteiro ecoturístico, por exemplo, tende a agradar este segmento da demanda, pois permite um maior destaque aos atrativos naturais, enfatizando aquilo que de fato o turista deseja ver.

No entanto, um roteiro temático pode incluir uma série de atrativos que agregam valor àquele principal; desta forma, um roteiro gastronômico poderá aliar a

oferta gastronômica de uma região a outros atrativos relacionados entre si, incrementando a rota.

Os roteiros gastronômicos encontram-se, muitas vezes, relacionados ao turismo rural[2], já que ambos podem envolver o processo produtivo de um alimento dentre suas atrações, estimulando o consumo do mesmo pelo visitante e incentivando a produção rural. A esse respeito SCHLUTER (2003, p. 51) verifica que *las rutas pueden estar organizadas em función de un producto o de un rasgo cultural característico que le da su nombre. Las primeras buscan promover el consumo de un producto que se encuentra en adundancia con el objeto de promover el desarrollo de espacios rurales marginales.*

No município de Colombo, Paraná, por exemplo, foi criado o Circuito Italiano de Turismo Rural, numa iniciativa de órgãos governamentais, incluindo a Prefeitura, e os próprios produtores agrícolas. Segundo a prefeitura do município, Colombo é o maior produtor paranaense de hortigranjeiros e é considerado a "Capital da Uva" do estado. O trajeto envolve diversas propriedades agricultoras e a variedade de alimentos é ampla. Os visitantes podem provar frutas e legumes recém-colhidos, comprar produtos e aprender mais sobre agroecologia. Observa-se que esta proposta consegue reunir diferentes segmentos do turismo: o turismo rural, gastronômico e o ecoturismo.

Este tipo de prática é bastante interessante, pois possibilita ao visitante o conhecimento de uma realidade às vezes muito distante da sua, de uma cultura à qual ele não obtinha acesso. GALLICCHIO (2001) afirma que a viabilização e o acesso à cultura conferem ao turismo uma função educativa, propagando os conhecimentos e reproduzindo os valores da humanidade. Ela vincula cultura, conhecimento e história, produzindo efeitos distintivos através de suas programações turísticas, já que seus participantes atingem um nível de informação própria dos meios cultos.

---

[2] A Embratur define turismo rural como a atividade turística praticada no espaço rural, constituindo um subproduto das atividades produtivas originais representadas pela agricultura, criação de animais e outras formas de produção rural, agregando a esses recursos remuneratórios oriundos da atividade turística. As características da produção rural, a forma como se dá essa produção nos espaços natural e construído, o modo de vida dos trabalhadores rurais, a arquitetura típica, a culinária, o artesanato e demais manifestações culturais tradicionais formam o universo de atrativos almejados pelo turista.

Além desta função educativa, os roteiros gastronômicos podem ser criados com diversas finalidades, tais como incrementar a venda de um produto específico, promover uma região, divulgar a cultura local, promover a culinária regional, e desenvolver a economia local. Tais objetivos, aliás, são considerados na promoção do turismo gastronômico como um todo, uma vez que os municípios estão reconhecendo o grande potencial econômico da atividade turística e da gastronomia nesta perspectiva.

Vale ressaltar que inúmeras regiões do Brasil estão atentas às oportunidades criadas pela gastronomia, como é o caso do estado do Paraná, onde o turismo gastronômico é bastante eminente. Ele está inserido no programa de valorização da cultura paranaense, criado pela Secretaria de Estado do Turismo, no qual enfoca-se a gastronomia e a religião. No entanto, embora verificada a importância deste segmento no contexto turístico paranaense, através da inserção no planejamento do turismo estadual, no momento não existe nenhuma ação efetiva vinculada à gastronomia sendo realizada no Paraná como um todo, pois o programa citado ainda não saiu do papel. Contudo, verifica-se que o turismo gastronômico se desenvolve com sucesso em diversas regiões do estado, de forma isolada (iniciativas locais), principalmente na realização de eventos, que auxiliam na divulgação turística dos municípios.

2. O UNIVERSO DA CACHAÇA: PROCESSO PRODUTIVO, HISTÓRIA E TURISMO

A gastronomia brasileira se destaca pela enorme variedade e diversidade. De influências eminentemente indígenas, portuguesas e africanas, a culinária do Brasil é capaz de agradar aos mais distintos paladares. Apesar da vasta oferta gastronômica, existem determinados pratos e bebidas que acabam se destacando dentre os demais, tornando-se uma espécie de símbolo de um país.

Assim ocorre com a feijoada, prato que se tornou sinônimo de brasilidade. Ao falar em feijoada, fica difícil não associá-la ao Brasil. No entanto, esta condição não é exclusiva dos alimentos; algumas bebidas também podem ser assim consideradas. Difícil mesmo é falar em bebida brasileira e não citar a caipirinha. E este *drink* nacional consta até mesmo no dicionário Aurélio, um dos mais populares da língua portuguesa, onde consta a definição da Caipirinha: *bebida feita com limão em rodelas ou macerado, açúcar e gelo, batidos com aguardente* (FERREIRA, 1999, p. 364). No entanto, torna-se necessária uma correção; caipirinha original não é feita com qualquer aguardente, é feita com a legítima cachaça.

A cachaça também se apresenta como sinônimo de bebida nacional, e isto se explica por várias razões: pela sua vasta produção em terras brasileiras, pela sua popularidade e por sua relevância na história do país. De acordo com FERREIRA (1999, p. 355), cachaça corresponde à *aguardente que se obtém mediante a fermentação e destilação do mel, ou borras do melaço.*

VALSECHI (1960, p. 6) observa-se que *o termo "aguardente" é genérico e serve para designar um grande número de produtos que sofreram fermentação alcoólica e uma posterior destilação. Assim é possível a existência de "aguardente de laranja", "aguardente de banana", "aguardente de milho", "aguardente de arroz", "aguardente de batata", "aguardente de mandioca", etc.*

De acordo com a ABRABE – Associação Brasileira de Bebidas -, a cachaça é o destilado mais consumido no Brasil e ocupa o segundo lugar entre as bebidas alcoólicas, ficando atrás somente da cerveja. O consumo brasileiro lhe garante o terceiro lugar entre os destilados do mundo inteiro. Considerada nobre como o vinho ou uísque, atualmente a cachaça figura nos cardápios de bares sofisticados dos

grandes centros urbanos. A bebida conseguiu ultrapassar a resistência e foi incluída nas cartas de bebidas dos estabelecimentos mais requintados.

De acordo com sua forma de produção, a cachaça pode ser artesanal ou industrial. Na cachaça artesanal, o processo de destilação é feito através do alambique, geralmente de cobre; na industrial, este processo é feito pelas colunas de destilamento, possibilitando uma produção em maior escala.

Enquanto a cachaça artesanal utiliza só caldo de cana-de-açúcar, a industrializada geralmente é feita de uma mistura de melaço[3] e aguardente. Além disso, *o processo de fermentação da cachaça industrial é acelerado por aditivos químicos* (FEIJÓ, 2001, p. 33). A qualidade da cachaça artesanal costuma ser superior à industrializada, devido ao maior cuidado exigido neste processo, desde a colheita da matéria-prima até o engarrafamento. Em relação à matéria-prima da cachaça artesanal, FEIJÓ (2001, p. 33) esclarece:

> No processo de produção da cachaça artesanal, a cana-de-açúcar tem que ser cultivada sem agrotóxico e colhida sem fogo. Sem queima da palha para facilitar a colheita. Depois, no processo de fermentação, os nutrientes também são exclusivamente naturais. (...) O fermento natural carrega uma flora microbiana mista que produz, além do álcool, outros componentes que realçam o sabor e o aroma da cachaça, que tem a ver com o afamado *bouquet*[4].

As técnicas utilizadas no processo artesanal qualificam os destilados com sabores menos ácidos e mais refinados. A seguir será caracterizado o processo produtivo da cachaça artesanal, de acordo com o modo de produção utilizado pelo Alambique Dom Henrique, localizado em Morretes, conforme depoimento de Reginaldo Moura, auxiliar de fermentação do mesmo. Embora os produtores artesanais possam adotar métodos específicos de produção, a estrutura do processo produtivo é mantida.

Um equipamento bastante simples, porém de grande importância para a produção da cachaça, é a caldeira, encarregada de transformar água em vapor, que é utilizado no processo de fermentação, destilação, e preparo da bebida, assim como para lavar a moenda. A moenda por sua vez, é a máquina responsável por esmagar a cana. O caldo resultante do esmagamento da cana vai direto para a sala

---

[3] Líquido viscoso resultado da cristalização do açúcar.
[4] Aroma agradável resultante da bebida de qualidade.

de preparo. Neste local, o caldo cai em um decantador[5], e o bagaço, que vem juntamente com o caldo, se deposita no fundo deste recipiente, por ser mais pesado. O caldo mais límpido vai sobressair no decantador. É neste momento que será retirada uma amostra do líquido, a fim de verificar a graduação de açúcar da cana, através do sacarímetro.

Decantador em funcionamento.

Foto de uma caldeira.

FEIJÓ (2001) explica que o sacarímetro é um instrumento utilizado para medir a quantidade de açúcar no caldo de cana. Trata-se de um tubo de vidro com uma haste graduada contendo bolinhas de chumbo em sua extremidade inferior. De acordo com a quantidade de açúcar no caldo de cana, o tubo vai ficar boiando e mostrando a marca da graduação. Na marca zero, não haverá mais açúcar a ser transformado em álcool.

O teor de açúcar deve respeitar um padrão estabelecido pelo alambique; se porventura o caldo não apresentar a graduação correta, será realizado um processo a fim de adequá-la. Depois de verificada a graduação da cana (e alterada, se necessário), o líquido é encaminhado, através de uma tubulação, para a sala de fermentação.

PACHECO (1996, p. 31), esclarece que *fermentação é o processo de transformação dos açúcares ou da sacarificação dos amidos em álcool etílico ou etanol. É produzida por enzimas segregadas por microorganismos, bactérias ou leveduras; estas, na maioria das vezes, estão incorporadas à matéria-prima (frutas,*

[5] Aparelho utilizado para separar impurezas sólidas existentes em um líquido.

cereais, etc.), cujo suco é fermentado em tanques ou tinas apropriadas. Sabe-se, hoje, que *a fermentação alcoólica realiza-se graças a um complexo de substâncias – enzimas – contidos em determinados microorganismos denominados fermentos ou leveduras alcoólicas* (VALSECHI, 1960, p. 32).

Na sala de fermentação encontram-se dornas[6], que, no caso do Alambique Dom Henrique, têm capacidade para até mil litros. No fundo destas dornas está depositado o fermento utilizado, denominado "pé-de-cuba". FEIJÓ (2001) esclarece que o pé de cuba é uma massa de farelo de trigo, de fubá, de leveduras industrializadas. Em resumo, fermento, que serve para o açúcar contido no caldo de cana ser transformado em álcool. Reginaldo Moura explica que o fermento tem que realizar este processo em 24 horas; caso contrário, o fermento não é de boa qualidade ou entrou em contato com alguma bactéria. Neste caso, todo o processo de fermentação foi comprometido, estragando a bebida e dando-lhe mau cheiro.

Processo de fermentação.

Sala de fermentação do Alambique Dom Henrique.

A sala de fermentação deve ser mantida sempre fechada para não atrapalhar o processo de fermentação da cachaça. As tubulações nas quais o caldo da cana desce devem ser sempre limpas para não alterar a qualidade da bebida. Depois de fermentada, a cachaça passa pela destilação, que, por sua vez, consiste no processo de separação de líquidos por aquecimento, baseado na diferença de seus pontos de ebulição (PACHECO, 1996).

---

[6] Recipiente onde ocorre o processo de fermentação.

Na sala de destilação é onde se encontra o conhecido "alambique", feito de cobre no caso do Alambique Dom Henrique. O alambique é, na realidade, um destilador. Os alambiques são equipamentos de destilação simples, formados por uma panela ou fervedor, uma câmara de vapor e um condensador. FEIJÓ (2001) esclarece que o alambique pode ou não ter condições de resfriar os vapores. Na refrigeração são separados os elementos indesejáveis da pinga. Os alambiques de cobre são os preferidos na produção das cachaças artesanais, pois o cobre influencia positivamente na bebida, catalisando importantes reações no processo de destilação.

Alambique de cobre.

Detalhes do Alambique Dom Henrique.

No alambique a cachaça passa por um pré-aquecedor, dirigindo-se depois para um aquecedor. No aquecedor, o vapor que vem da caldeira vai ser controlado por um manômetro, para regular seu calor. Quando a temperatura chega a 90 graus, a cachaça começa a subir em forma de vapor por um "pescoço" quente, que possui três pratos. Num primeiro momento, a bebida alcança o primeiro prato e cai. Depois disso, a temperatura estará mais alta, então a bebida ultrapassa o primeiro prato até bater no segundo e cair novamente. Este processo se repete até o momento em que a cachaça encontra e ultrapassa o terceiro prato. Após este processo, a bebida deverá ser resfriada; ela é encaminhada, então, para um resfriador. O resfriamento é necessário porque se a cachaça sair quente pode alterar o gosto e pode ter sua qualidade prejudicada.

Reginaldo explica que existem muitos alambiques que possuem uma fornalha embaixo do aquecedor e muitas vezes esse fato pode estragar a cachaça, pois não

há um controle satisfatório da temperatura. Algumas vezes a fornalha pode estar com um fogo muito alto, tornando-se difícil de abaixá-lo. No alambique Dom Henrique, graças à existência do manômetro, caso o alambique comece a esquentar muito, é fechado o registro de vapor para cessar este aquecimento.

Depois de resfriada, a cachaça é encaminhada para a caixa de recepção, onde a bebida é dividida em três partes: "cabeça", "coração" e "cauda". A "cabeça" é onde está o furfurol, substância responsável pela dor de cabeça. É a impureza que vem junto com a cachaça. O "coração" é a parte nobre da bebida, utilizada para gerar a cachaça artesanal de qualidade. A "cauda" é a bebida fraca. Se misturada com o coração, vai estragar a qualidade da cachaça. Estes três líquidos são separados através do alcoômetro, que mede a graduação alcoólica da bebida, embora nos alambiques mais tradicionais tal separação seja feita "a olho nu".

Ao sair do alambique, a cachaça precisa ser estabilizada. Com esta finalidade, é encaminhada para grandes tonéis, localizados na sala de armazenagem. Antes de cair nos tonéis, a cachaça vai passar por dois filtros a fim de retirar a resina do cobre - pois ele entra em contato com a cachaça e solta uma resina azulada. Nestes tonéis a bebida descansa por no mínimo seis meses. Após este período, ela pode ser engarrafada.

Tonéis de madeira onde é feita a estabilização da cachaça no Alambique Dom Henrique.

Além do processo industrial e artesanal, as cachaças podem diferenciar-se de acordo com a sua coloração, elemento que geralmente está relacionado ao tempo de envelhecimento da mesma. Encontram-se variações acentuadas no sabor dos

diferentes tipos de cachaça, que pode ser transparente - ou branca -, amarela (sem envelhecimento) ou envelhecida.

Segundo dados fornecidos pela ABRABE, a Cachaça transparente ou branca normalmente é envasada logo após a sua destilação, apresentando sabor e aroma mais rústicos e agressivos, secos e ardentes. Para ser considerada envelhecida, a cachaça deve descansar por um tempo mínimo de um ano, dentro de um barril de no máximo 700 litros, de acordo com a legislação brasileira. O recipiente no qual se dá o envelhecimento é extremamente importante. No tonel não há envelhecimento; este acontece nos barris. FEIJÓ (2001, p. 46) esclarece:

> Tonel significa um recipiente com capacidade acima de 10 mil litros, daí não ser o mais apropriado ao envelhecimento, pois a área de contato da bebida com a madeira se torna menor. Dificulta as interações que proporcionam reações químicas extremamente benéficas ao produto final. Então, quando se fala de barril, é de barril mesmo. Recipiente de até 700 litros. Ou seja, possibilitando uma área de contato muito maior da madeira com a pinga e um envelhecimento muito mais rápido e completo.

Usam-se várias madeiras brasileiras (bálsamo ou imburana, amendoim, cedro, freijó, jequitibá, dentre outras) ou ainda o carvalho americano ou europeu, para a confecção do barril de envelhecimento. Cada madeira oferece permeabilidade e aroma diferentes à cachaça. No envelhecimento em barris, a cachaça perde álcool e enriquece com produtos secundários aromáticos provenientes da reação entre a madeira, o oxigênio e os componentes secundários produzidos na fermentação da bebida. FEIJÓ (2001, p. 45) verifica que *a reação de envelhecimento do álcool é proveniente da oxidação*; daí a importância da "respiração" da madeira. É também a madeira que confere à bebida a cor dourada e o sabor aveludado, com gosto "redondo", suave e fino.

Existem algumas cachaças não envelhecidas que também apresentam coloração amarelada; este resultado é obtido através da adição de extratos de madeira ou calda de caramelo, que são misturados na cachaça branca, tornando o seu sabor somente um pouco mais adocicado do que a cachaça normal.

VALSECHI (1960) frisa que, por mais perfeitos que tenham sido os processos de preparo do mosto[7], a fermentação e a destilação, uma aguardente recém

[7] Suco, em fermentação, de qualquer fruta açucarada.

destilada jamais apresentará um sabor agradável, fino e suave. Estas características desejadas só serão obtidas com o envelhecimento. O envelhecimento, portanto, proporciona à cachaça um melhor sabor e aroma. VALSECHI (1960, p.105) explica que *o aroma todo especial, agradável, que as aguardentes adquirem pelo envelhecimento é devido, principalmente, à formação, em seu interior, de ésteres, mais ou menos aromáticos, pois que estes é que constituem os principais componentes do bouquet.*

Vale esclarecer que na garrafa não ocorre o envelhecimento, já que não há oxigenação da cachaça dentro da mesma. Se houver oxigenação, o álcool da cachaça evapora, tornando-a mais fraca. Portanto é importante que a garrafa seja corretamente vedada.

2.1 ASPECTOS CULTURAIS, PANORAMA ATUAL E APROVEITAMENTO TURÍSTICO DA CACHAÇA NO BRASIL

Não é à toa que a cachaça representa um sinônimo de brasilidade, elemento da cultura do país. A utilização da bebida é verificada em diversas manifestações culturais do povo brasileiro, sejam elas expressadas através da gastronomia, da religião, da dança, dos festejos populares, etc.

Na comemoração de uma das mais tradicionais festas brasileiras – a festa junina ou o São João, realizada em todo o território nacional -, o quentão (*drink* preparado à base de cachaça) é um destes elementos obrigatórios para a efetivação da mesma. Muito embora a elaboração desta tradicional bebida junina tenha passado por alterações em algumas regiões do país, a receita original do quentão leva açúcar, água, mel, cravo, canela, gengibre e a estrela: cachaça. Outras festas, religiosas ou profanas, também não dispensam a presença da aguardente de cana-de-açúcar.

No tambor de crioula, dança típica do estado do Maranhão que louva São Benedito, a cachaça é consumida "pura" durante o ritual, que consiste numa roda onde as mulheres dançam ao som de três tambores. Filho de escravo africano, São Benedito atracou no Brasil a bordo de um navio negreiro, em meados do séc. XVII, e

desde então é considerado o padroeiro da cachaça nacional, segundo FEIJÓ (2001). Existe até um verso, popular do Sergipe, que diz o seguinte:

São Benedito
é santo preto,
ele bebe cachaça
e ronca no peito.

São Benedito
é negro de raça,
ele toca pandeiro
e bebe cachaça.

Nos festejos de fandango – dança típica do litoral paranaense –, a cachaça misturada com melado é a bebida oficial, originando a tradicional "*mãe cá fia*", expressão popular usada para designar a mistura destes ingredientes. Ou seja, diversas são as manifestações culturais brasileiras nas quais a cachaça apresenta grande significância. Como não poderia deixar de ser, já que a cachaça é a única bebida alcoólica, dentre as mais consumidas no país, que surgiu em terras brasileiras.

Embora seja controversa a origem do nome cachaça, foi no Brasil que a mesma começou a ser obtida da cana-de-açúcar (CASCUDO, 1968). A *cachaza* espanhola e a aguardente (ou bagaceira) portuguesa eram obtidas da uva, conforme mostra o texto a seguir:

> ... Os versos de Sá de Miranda constituem documento comprovante da fabricação normal e uso regular de uma bebida denominada cachaça, no norte de Portugal...Essa bebida provinha das uvas. Havia de ser a mesma *Bagaceira* a qual dão nome vulgar e genérico de "aguardente". Mesmo tipo de aguardente de Espanha, *bebida espirituosa que se saca del viño*, como o *cognac* francês. Jamais seria como a *cachaça* do Brasil, feita do caldo ou do mel da cana-de-açúcar, fervidos e depois destilados nos alambiques de barro, depois de cobre, aludidos por Henry Koster no Pernambuco de 1812. (CASCUDO, 1968, p. 20)

Não obstante, o Guia Internacional do Bar (JACKSON,1980), também confere brasilidade à cachaça, a definindo como destilado de cana-de-açúcar típico do

Brasil, ainda que muitos países sul-americanos produzam uma bebida semelhante, sob o nome genérico de *aguardiente*.

Verifica-se que a cachaça é genuinamente brasileira e agrega um grande valor à gastronomia do país, não apenas pela sua significância histórica como também pela enorme popularidade da bebida em terras brasileiras. De norte a sul do país ela é muito consumida e apreciada há mais de cem anos, conforme afirma CASCUDO (1983, p. 810):

> Todos os naturalistas estrangeiros que visitam o Brasil, depois de 1808, do Rio Grande do Sul ao Amazonas, percorrendo Minas Gerais, Mato Grosso e Goiás, o Nordeste inteiro até o Maranhão, as terras de Santa Catarina e do Paraná, encontraram a cachaça, aguardente da terra, como a bebida favorita indispensável ao brasileiro pobre, fabricada onde é possível e mandada buscar onde estivesse.

A história da cachaça no Brasil tem sua origem relacionada ao ciclo da cana-de-açúcar. Assim como outros produtos, a produção da cachaça representava uma "sub-indústria" desta que foi a mais importante na economia brasileira durante muito tempo: a indústria da cana-de-açúcar.

A cachaça começa sua história na época da colonização do Brasil, quando, nos antigos engenhos de açúcar, o refugo da produção era dado aos animais e aos escravos. Estes deixavam a borra do melaço fermentar por alguns dias, inventando assim a cachaça primitiva (PACHECO, 1996).

Desde seu surgimento até os dias de hoje a cachaça já adquiriu diferente status na sociedade. Inicialmente, era a bebida *"para os escravos e filhos da terra"* (Pyrard de Laval, Apud CASCUDO, 1968). Durante muitos anos predominava o consumo da cachaça entre os escravos e a classe pobre do país. No entanto, com o passar do tempo esta condição foi mudando e a popularidade da cachaça alcançou as camadas mais ricas. Segundo ALVES (1991, p.28) *a verdade, porém, é que com o passar do tempo o consumo de cachaça generalizou-se de maneira extraordinária, não se podendo mais caracterizá-la hoje como uma bebida de negros ou ingerida apenas por aquelas pessoas pertencentes às camadas baixas da sociedade.*

A popularidade da cachaça também se fundamenta no contexto histórico do Brasil colonial. Economicamente, representava um produto de alto valor, pois o eixo comercial Rio de Janeiro-Angola concentrou importante volume de capitais, com a

exportação de aguardente, fumo, pólvora e outros produtos, em troca de escravos (WEHLING, 1994).

Neste sentido, a bebida passou a desempenhar um papel muito importante nas relações escravistas, transformando-se em moeda forte. CASCUDO (1968) verifica que o tráfico de escravos impôs uma enorme valorização da bebida. Aguardente da terra, a futura cachaça, era indispensável para a compra do negro africano e, ao lado do tabaco em rolo, era uma verdadeira moeda de extensa circulação. Além de ser jubilosamente recebida pelo vendedor na Costa d'África, figurava necessariamente como alimento complementar na trágica dieta das travessias do Atlântico.

A cachaça, muitas vezes, levava vantagem aos seus similares europeus:

> Em mil seiscentos e tantos, a aguardente brasileira já batia de frente com o vinho e as aguardentes européias vendidas no comércio intercolonial do Atlântico Sul. Exportada da Bahia, de Pernambuco e do Rio de Janeiro, batia levando vantagem, conquistando as feiras africanas, proporcionando lucro aos senhores de engenho e assegurando a preeminência brasileira no tráfico negreiro. Ou seja, a cachaça foi o primeiro produto brasileiro a desbancar similares europeus no mercado internacional (FEIJÓ, 2001, p.17).

Diante dessa realidade, em 1635 a venda da cachaça foi proibida na Bahia pela Coroa Portuguesa; em 1639 deu-se a primeira tentativa de impedir a sua produção, a qual não obteve sucesso. A popularidade da cachaça aumentava, e, alegando prejuízo às vendas da bagaceira (destilado do reino português), o rei Dom João tentou, em 1743, proibir novamente a produção da aguardente de cana, o que resultou mais uma vez em fracasso, já que os produtores continuaram suas atividades, clandestinamente. Estes fatos comprovam que a cachaça foi se tornando um produto importante para o Brasil, obtendo valorização ao longo dos anos, concorrendo com famosas bebidas produzidas na Europa.

Atualmente a cachaça vem ganhando prestígio e sua produção se especializando, adquirindo ares de refinação. Em 2001, o então Presidente da República Fernando Henrique Cardoso especificou (através do decreto 4.062) que o uso das expressões protegidas "cachaça", "Brasil" e "cachaça do Brasil" é restrito aos produtores estabelecidos no Brasil, a exemplo das conhecidas bebidas *"Champagne"* e *"Cognac",* que só podem ser assim designadas se produzidas nas regiões francesas Champagne e Cognac, respectivamente (vide anexo II). Em 2002,

através do decreto 4.072, foi estabelecida a diferenciação da cachaça e do rum, assim como a definição de caipirinha (vide anexo III). Tais ações demonstram o interesse em manter a identidade da bebida como um produto tipicamente brasileiro, fruto da constate valorização pela qual a bebida vem passando.

2.1.1 Panorama atual e aproveitamento turístico da cachaça no Brasil

No Brasil, a mais tradicional região produtora de cachaça é Minas Gerais, onde diversas cidades se destacam pela produção desta bebida, principalmente a artesanal, tornando o estado mineiro o maior pólo de alambiques do país. No entanto, a produção da cachaça (tanto a artesanal quanto a industrial) é verificada em diversas regiões do país. São aproximadamente quatro mil marcas de cachaça, produzidas em diferentes localidades, segundo Walter Caetano Pinto, presidente da FENACA – Federação Nacional das Associações de Produtores de Cachaça de Alambique (CACHAÇA MAGAZINE, 2003).

O estado de Minas Gerais lidera o *ranking* das marcas artesanais e isto se dá principalmente pela existência de cachaças de altíssima qualidade e tradição, como é o caso da *Anísio Santiago* (antiga Havana), a *Germana* e a *Samba&Cana*. Outros estados brasileiros também figuram nesse cenário. A Paraíba se destaca pela tradicional *Cigana;* Goiás tem a *Atitude;* Pernambuco, a *Cavalheira,* dentre outros.

O estado da Bahia é o segundo maior produtor de cachaça de alambique, atrás apenas de Minas Gerais. Historicamente, a produção de cachaça na Bahia é resultado da agricultura familiar. Hoje ela é fonte de renda para aproximadamente 100 mil pessoas, reunidas em 3 mil unidades produtoras. Um importante pólo produtor da cachaça artesanal baiana é a região de Abaíra, localizada na Chapada Diamantina. O clima seco e frio e o solo arenoso desta região permitem um excelente desenvolvimento da cana-de-açúcar. A escassez de chuva na época da safra promove a alta concentração de açúcares na planta e favorece o controle de qualidade da fermentação da cachaça.

Em ambos os casos, cachaça artesanal ou industrial, o objetivo de exportar é eminente. Isso porque a cachaça é bastante apreciada e valorizada fora do país, e seu consumo tem crescido cada vez mais. Os alemães e os paraguaios são os

principais compradores da cachaça brasileira, consumindo mais de 40% do total exportado em todo o mundo, de acordo com dados fornecidos pela ABRABE (Associação Brasileira de Bebidas). Os estrangeiros aprenderam a beber a cachaça principalmente devido ao turismo receptivo no Brasil, geralmente como resultado da apreciação da caipirinha.

A cachaça conhecida na maior parte do Brasil e do exterior é a industrial, preparada em grandes destilarias localizadas principalmente em São Paulo, Pernambuco, Ceará e Rio de Janeiro. As cachaças industriais correspondem a 90% das exportações da bebida (CACHAÇA MAGAZINE, 2003). A consolidação destas marcas se deu principalmente por um eficaz sistema de distribuição e pelo competente trabalho de marketing.

Como exemplo da eficaz promoção da bebida tem-se a cachaça Pirassununga 51, líder no mercado nacional e mundial de cachaça. O *slogan* promocional da bebida é conhecido por grande parte dos brasileiros: 51, uma boa idéia. Tal slogan auxiliou a Companhia Muller de Bebidas - CMB, responsável pela produção da Pirassununga, a consolidar-se no mercado como a maior indústria de cachaça no país. Fundada em 1960 na cidade de Pirassununga, São Paulo, a empresa produz atualmente cerca de 250 milhões de litros por ano, juntamente com a unidade da CMB em Recife, Pernambuco. Atualmente a bebida é exportada para mais de quarenta países.

Embora a cachaça artesanal apresente um preço de venda externa maior que da industrial (em média, um litro do produto industrial custa para o distribuidor estrangeiro U$ 0,80, enquanto que a cachaça de alambique pode chegar a U$ 3,50), a exportação da cachaça artesanal ainda é pequena. Este fato ocorre, dentre outros fatores, porque a produção artesanal é proveniente, em grande parte, de pequenos produtores rurais, que não possuem nem padrão nem volume mínimo necessário para a exportação. Para o pequeno produtor, a cachaça ou representa uma atividade de subsistência ou é complementar a um cultivo e a uma criação, o que não proporciona volume suficiente para que seja exportada isoladamente.

A formação de cooperativas tem sido a solução encontrada em inúmeras regiões para reverter este quadro. Através dela, é possível alcançar a qualidade, o padrão e a produção em escala, fundamentais para a venda externa. O governo

federal, através da APEX – Agência de Promoções de Exportações, está investindo R$ 3,5 milhões para promover a cachaça de alambique, segundo a revista Cachaça Magazine (2003). O incentivo se traduz na participação em feiras internacionais, na formação de equipes de análise do produto nos estados, na capacitação de pequenos produtores e na organização de cooperativas em dezessete estados. O objetivo das ações é fortalecer a cadeia produtiva da cachaça artesanal, formada por 30 mil pequenos produtores.

O SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, também está auxiliando estes pequenos produtores em diversos estados brasileiros. No estado do Paraná, por exemplo, o SEBRAE, em parceria com outras instituições, está auxiliando no processo de organização da cadeia produtiva a fim de tornar o Paraná referência na produção de cachaça artesanal, mais especificamente a orgânica. Junto com as prefeituras municipais e com a EMATER Paraná – Empresa Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural - estão reunindo os produtores de cachaça paranaense em associações e cooperativas. Em alguns casos, as cooperativas envolvem, além da cachaça, subprodutos da cana, como açúcar mascavo e rapadura.

O trabalho do SEBRAE é efetivado principalmente através das consultorias tecnológicas, visando melhoria da qualidade na produção da matéria-prima (a cana-de-açúcar) e no aprimoramento da produção da cachaça. Esse trabalho está agrupado regionalmente, verificando-se núcleos de produtores em diversas regiões do estado: no litoral - mais especificamente em Morretes -, na região oeste, sudoeste, Norte Pioneiro e em outros municípios que trabalham isoladamente, tais como Bituruna, Prudentópolis e Cruz Machado.

Morretes é o mais tradicional produtor de cachaça no Paraná, pois conserva um longo histórico de produção da bebida, possuindo atualmente cerca de vinte produtores artesanais. Segundo André Paludo, agrônomo e consultor de agro-negócios do SEBRAE-PR, na cidade de Cruz Machado há em torno de vinte produtores. Em Bituruna existem por volta de trinta, principalmente italianos. Já na região oeste do estado existem cerca de vinte municípios com aproximadamente trinta produtores, ou seja, a produção não está concentrada em um único município, sendo verificada de forma dispersa.

A importância da cachaça no contexto cultural de uma localidade fez da bebida um produto turístico em diversas regiões, como pode ser observado na realização de eventos vinculados à bebida e na existência de atrativos com esta temática (como Museus da Cachaça, conforme será visto a seguir) ou ainda na realização de roteiros turísticos vinculados. Não obstante, nas regiões produtoras da bebida, principalmente da artesanal, a cachaça de qualidade agrega valor à gastronomia local, incrementando a oferta turística.

O município de Paty do Alferes, localizado na região serrana do Rio de Janeiro, criou uma forma de aproveitar o potencial turístico da cachaça. Tendo sua economia voltada para o turismo e agricultura, o município criou o Museu da Cachaça a fim de incrementar a oferta turística da cidade. O Museu, inaugurado em 1991, conta com um acervo de 1900 marcas raras e famosas de cachaça. Os turistas que o visitam podem conhecer a história da bebida e entender sua importância para a cultura brasileira, além de degustá-la. O atrativo recebe aproximadamente cem pessoas nos finais de semana, agregando valor à atividade turística local.

Diversas regiões também contam com a existência de um Museu da Cachaça, a exemplo daquele de Paty do Alferes, que foi o primeiro inaugurado no Brasil. Em Maranguape, município situado a 25 Km de Fortaleza, Ceará, encontra-se o Museu da Cachaça de José Leite, localizado na primeira unidade fabril da cachaça Ypióca. Segundo dados fornecidos pela empresa, os freqüentadores do museu podem admirar o maior tonel de madeira do mundo, com capacidade para 374 mil litros. Esse valioso acervo histórico-cultural já faz parte de visitas regulares de escolas de primeiro e segundo graus e de grupos de turistas, nacionais e internacionais.

No município de Santo Antônio da Patrulha, Rio Grande do Sul, aproveita-se de excelente forma o potencial turístico da cachaça ali produzida. Além de realizar a *Festa Estadual da Cachaça, do Sonho e da Rapadura*, que atraiu 100 mil pessoas no ano de 2002, também foi criada a *Rota da Cachaça*, um roteiro de turismo rural que inclui visitas a quatro alambiques, e quatro fábricas de rapadura na região, além de uma empresa que fabrica produtos caseiros e melado. A Rota também oferece ao turista um passeio pelo centro histórico da cidade e uma parada para o almoço.

Já no patamar estadual, destaca-se o Circuito da cachaça de Minas Gerais. Fazem parte do circuito 24 cidades que fabricam a bebida, aliando história e cultura em um mesmo roteiro. Dentre as cidades que o compõe, destaca-se a capital do estado, Belo Horizonte, que também realiza anualmente o Festival Nacional da Cachaça, sempre nos meses de julho. Outra localidade que vale destacar é a cidade de Nova União, situada a 60 km da capital mineira. Lá é produzida a cachaça *Germana*, uma das marcas mais conhecidas no Brasil. Os proprietários da Fazenda Vista Alegre, unidade produtora da bebida, têm planos para a expansão turística do local. A fim de aproveitar a demanda já existente, planejam inaugurar uma pousada na fazenda, além de construir um mini-parque e disponibilizar serviços de passeios de charrete e trilhas. Minas Gerais é um exemplo bem sucedido de como um roteiro temático pode auxiliar no desenvolvimento das regiões que o compõem (AGUIAR e DIAS, 2002).

No Estado de São Paulo, maior produtor industrial de cachaça no país, o turista encontra à sua disposição uma rota que também tem a cachaça como tema. A rota paulista da cachaça inclui cinco municípios: Guararema, Salesópolis, Mairiporã, Santana de Parnaíba e Santa Isabel. No roteiro o visitante tem a possibilidade de conhecer diversos produtores da bebida, assim como degustá-la. O passeio inclui visitas a alambiques modestos, de construção rudimentar, e outros mais refinados, com tecnologias avançadas (vide anexo X).

A cidade de Paraty, no estado do Rio de Janeiro, também conhece e utiliza o potencial da cachaça no seu desenvolvimento turístico. A Festa da Pinga[8], produzida anualmente, é atração bastante esperada, que envolve uma eclética programação musical, além, evidentemente, de muita cachaça. Na realidade, a cidade litorânea tem uma longa tradição na produção da cachaça. FEIJÓ (2001) afirma que quando o ciclo do ouro terminou, a cidade dedicou-se totalmente à produção de aguardente de cana. Toda a região da Baía da Ilha Grande chegou a ter 150 engenhos e 10 mil escravos. No século XIX, a fama do nome *Paraty* significava cachaça especial. Por esta razão é que também se encontra no dicionário Aurélio (FERREIRA, 1996) a palavra "parati" como sinônimo de cachaça, assim como a morreteana.

---

[8] A denominação "pinga" consiste em um dos muitos sinônimos atribuídos à aguardente de cana. Segundo FERREIRA (1999), são sinônimos de cachaça: abrideira, branquinha, caiana, caninha, danada, jeribita, purinha, morreteana, parati, etc.

Os diversos exemplos apresentados servem para ilustrar a importância da bebida no contexto turístico dos municípios que a produzem, pois a promoção turística da bebida pode incrementar a economia dos mesmos e agregar valor ao turismo na região, podendo ser efetivada, conforme visto, de várias maneiras.

3. TURISMO E CACHAÇA EM MORRETES

Morretes é um município localizado na zona fisiográfica do litoral estado do Paraná, estendendo-se da encosta da Serra do Mar para o leste limitando-se ao oeste com os municípios de São José dos Pinhais, Piraquara e Quatro Barras; ao norte com o município de Campina Grande do Sul; ao nordeste com o município de Antonina e a Baía de Paranaguá; ao leste com Paranaguá e ao sul e sudeste com o município de Guaratuba. Abrange uma área de 662,70 Km2, incluindo serras, planícies e colinas. Encontra-se a 65 km de Curitiba, capital do estado.

De acordo com a formação topográfica do município, podem ser especificadas duas faixas climáticas que se distinguem principalmente pelo volume das chuvas e a insolação. A primeira, "Faixa da Encosta", estende-se ao longo da Serra do Mar, do norte ao sul, numa largura de aproximadamente 6 a 8 Km, cobrindo as encostas. Nessa faixa o clima é dos mais chuvosos do Brasil. A segunda, "Faixa da Baixada", cobre o resto do município. O encontro dos ventos marinhos do sul e do leste com as massas do ar continental causam muitos nevoeiros e tempo nublado, de forma que são relativamente raros os dias claros de sol e a insolação em geral é pouca.

A população de Morretes é muito instável, sendo que atualmente é de 15.934 habitantes, segundo a prefeitura. As principais atividades econômicas do município são a agricultura, o artesanato e o turismo. O setor de serviços é o mais relevante na economia, representando 65,87% na participação do PIB (Produto Interno Bruto) municipal, seguido da agropecuária, que representa 27,66%. A cidade é conhecida como "Capital Agrícola" da região litorânea. Destacam-se as produções de gengibre, banana, pepino, cana-de-açúcar, mandioca e arroz, além da produção de cachaça e doces típicos.

Os primeiros moradores de Morretes foram aventureiros e mineradores, provenientes de povoações e vilas paulistas, por volta do ano de 1646. Até 1653 já haviam sido descobertas onze jazidas de ouro na região. Por serem esses primeiros habitantes de pouca estabilidade, não se fixaram em Morretes, e, após esgotarem as pequenas jazidas auríferas, se retiraram. Permaneceram somente alguns lavradores radicados na região e que produziam apenas para o consumo próprio.

Segundo informações da própria prefeitura, a fundação de Morretes data de 1721, quando o Ouvidor Rafael Pires Pardinho determinou que a Câmara Municipal de Paranaguá demarcasse 300 braças em quadra no local onde seria a futura povoação de Morretes. No entanto, a demarcação das terras só se fez em 1733, quando a Câmara de Paranaguá procedeu à medição das terras do ponto onde residia o rendeiro do porto, João de Almeida.

Em 29 de abril de 1812, por provisão do Arcebispo de São Paulo, a povoação da atual Morretes foi elevada a Freguezia, sob a invocação de Nossa Senhora do Porto. Até então, Morretes ainda obtinha o *status* de Vila, sendo considerada Freguezia do município de Antonina. Esta condição mudou no ano de 1841, ao desmembrar-se de Antonina, de acordo com SANTOS (1851, p. 356):

> O Anno de 1841 sempre será memorável na história Morreteense; foi na Legislatura delle que a illustrada Assemblea Legislativa Provincial Deliberou deffinitivamente pela Carta de Lei no. 16, do 1°. De março do mesmo anno e referendada pelo Prezidente da Província Rafael Tobias d'Aguiar de condecorar a Freguezia de Nossa Senhora do Porto dos Morretes, do Município de Antonina, com o honorifico titulo de Cathegoria de – Villa – Desmembrando-a daquelle Município, e ficando independente em seu governo Admenistractivo, e a par de outras que figurão na ordem política do Império. [9]

No século XVIII iniciou-se uma nova imigração em Morretes. Era composta principalmente de comerciantes e seus auxiliares, de audaciosos espíritos pioneiros, que se dedicaram exclusivamente ao comércio intermediarista. Era principalmente a comercialização, a industrialização e a exportação da erva-mate e a importação de produtos europeus que formaram as bases para um alto desenvolvimento econômico para a região. A condição de escoadouro e intermediarista comercial se deu devido à privilegiada posição geográfica em relação aos transportes aquáticos.

O ciclo da erva-mate foi de extrema importância econômica para Morretes, iniciado por volta de 1830, atingindo seu auge entre 1835 e 1850, com oitenta fábricas de soque de erva-mate no município. Porto de Cima também se beneficiou deste ciclo, conforme aponta PEREIRA (1996, p. 11):

---

[9] Por se tratar de um documento do século XIX, o autor do texto utiliza um português arcaico, com diferenças ortográficas da atual língua portuguesa.

> Porto de Cima constitui um exemplo clássico de urbanização induzida pela concentração de engenhos. Na década de 1830, quando em Morretes esgotaram-se os córregos disponíveis para impulsionar rodas d'água, muitos proprietários começaram a abrigar engenhos em Porto de Cima. Isso provocou a rápida urbanização da localidade, que chegou a emancipar-se de Morretes, tornando-se um município autônomo. Posteriormente, com a decadência dos engenhos do litoral, Porto de Cima tornou-se uma espécie de cidade fantasma antes de voltar a ser um lugarejo tipicamente rural e, por conseqüência, reincorporar-se a Morretes.

Quando a indústria da erva-mate migrou quase que completamente para o planalto paranaense, Morretes viu-se obrigada a buscar outras opções econômicas. A partir de 1875 chegaram vários grupos de imigrantes italianos, que se fixaram no município, dedicando-se principalmente à lavoura. Em 22 de abril de 1877 foi fundada a Colônia Nova Itália, por imigrantes italianos retirantes da Colônia Alexandra em Paranaguá, dando início à evolução de diversos núcleos: América, Rio do Pinto, Anhaia, Rio Sagrado, Sesmaria, Sítio Grande, Turvo, Zulmira, Ipiranga, etc. (fonte: Prefeitura Municipal).

Com a abertura da BR-277, a economia de Morretes sofreu uma decaída, uma vez que o único acesso do planalto ao litoral era a Estrada da Graciosa. O transporte rodoviário de Curitiba e São Paulo, para o porto ou às praias tinha passagem obrigatória pela cidade de Morretes, o que mantinha um movimento comercial satisfatório. No entanto, embora tenha prejudicado o comércio, a nova estrada, que beneficiou as condições de tráfego, não abalou por completo a estrutura econômica, então alicerçada na agricultura.

O título de cidade veio em 7 de abril de 1870, vigorando após a publicação da Lei 227 do mesmo ano.

3.1 A ATIVIDADE TURÍSTICA EM MORRETES

O litoral do Paraná é composto por sete municípios: Antonina, Guaraqueçaba, Morretes, Paranaguá, Guaratuba, Matinhos e Pontal do Paraná. Destes, apenas os três últimos são balneários. O potencial turístico de cada uma dessas localidades é variado. De acordo com a Secretaria do Estado do Turismo, 6% dos turistas que visitaram o litoral paranaense destinaram-se à cidade de Morretes no ano de 2004.

A Paraná Turismo[10] sempre auxiliou no desenvolvimento do turismo no litoral, de uma forma global, ou seja, não direcionada a nenhum município, mas atuando na região como um todo. A regionalização da atividade turística é o principal objetivo da Secretaria de Estado do Turismo para o litoral do estado, pois esta é a forma de desenvolvimento do turismo mais indicada neste caso, segundo Deise Bezerra, coordenadora de planejamento turístico da Secretaria de Estado do Turismo do Paraná.

Os municípios litorâneos estão começando a enxergar a necessidade de regionalização do turismo, e, aos poucos, iniciam um trabalho em conjunto, ao contrário do que faziam anteriormente, quando se consideravam concorrentes e não parceiros. No entanto, ainda não há projetos em andamento no tange à regionalização do turismo no litoral paranaense, com exceção do projeto "Viva o Verão", que beneficia e integra diversos municípios.

O turismo em Morretes está bem estruturado. De acordo com o catálogo receptivo do litoral do Paraná, a cidade possui atualmente três hotéis, dezessete pousadas - sendo uma delas albergue -, e uma área de camping. Conta ainda com dez restaurantes e três lojas de artesanato, destinados principalmente à atividade turística.

Em relação à demanda turística, o principal centro emissor é a cidade de Curitiba, representando 52,4 % dos visitantes no ano de 2004, segundo dados da Paraná Turismo. A permanência média do visitante em 2004 foi de 4,3 dias, com gasto médio de U$ 35,2. O principal meio de transporte utilizado para chegar à cidade neste ano foi o automóvel, seguido do ônibus. Mais de 75% dos turistas que foram a Morretes em 2004 afirmam ter visitado a cidade outras vezes e 65,9 % viajavam com a família.

A atividade turística na cidade de Morretes tem como principais atrações o turismo gastronômico e o ecoturismo. O turismo gastronômico tem como alicerce o Barreado, prato típico do litoral paranaense. Morretes está bastante estruturada para

---

[10] A Paraná Turismo é uma autarquia vinculada à Secretaria de Estado do Turismo, responsável pela promoção e divulgação do produto turístico *Paraná* e pela operacionalização de projetos técnicos da área. A Secretaria de Estado do Turismo é órgão da administração direta do Governo do Estado, que tem como principal objetivo o planejamento, a organização e o monitoramento da Política Estadual de Turismo, a ser atingido através de suas assessorias, coordenadorias e grupos setoriais, como também por suas vinculadas: Paraná Turismo, Centro de Convenções de Curitiba e o serviço social autônomo ECOPARANÁ.

receber o turista que busca este prato. Existe um grande número de restaurantes na cidade especializados em servi-lo. Tais restaurantes são totalmente voltados para a atividade turística.

A qualidade no atendimento é prezada nos estabelecimentos que servem o prato típico, segundo afirma Ronaldo de Oliveira, gerente do restaurante Madalozo. Este dado se verifica através da avaliação do conceito de qualidade atribuído aos restaurantes nos últimos anos por parte da demanda. Segundo pesquisa da Paraná Turismo realizada em 2004, 81,6% dos turistas entrevistados consideravam boa a qualidade dos restaurantes do município.

De acordo com Ronaldo, o restaurante Madalozo está completamente voltado ao turismo. Os morretenses não têm o hábito de freqüentar os restaurantes da cidade. O estabelecimento, localizado à beira do rio Nhundiaquara, é especializado em servir o barreado, além de comida italiana. Aberto desde 1966, o restaurante possui atualmente três amplos salões com capacidade para 650 pessoas.

Os principais clientes do restaurante Madalozo são provenientes de Curitiba, Paranaguá e Ponta Grossa, vindos durante todo o ano. Na temporada, que se inicia em novembro e vai até o carnaval, o fluxo de turistas aumenta e a demanda é diversificada, proveniente de diversas regiões do Brasil. Segundo Ronaldo, estes turistas vêm para comer o barreado e provar a cachaça Morreteana. Ele afirma que os estrangeiros, que são os turistas que realizam os maiores gastos na cidade, têm muito interesse em provar a cachaça, e comprá-la, já que eles a consideram como bebida típica do Brasil. Em relação aos turistas curitibanos, Ronaldo afirma que estes vêm ao município para, além de comer o barreado, fugir do *stress* urbano, devido ao fato de Morretes ser uma cidade pacata. Segundo Ronaldo, o turismo gastronômico em Morretes cresceu muito nos últimos dez anos, e está melhor a cada ano que passa.

Não obstante, Deise Bezerra afirma que o Barreado é, sem dúvida, o carro chefe do turismo em Morretes, inclusive no que tange à divulgação turística. Segundo ela, nas principais propagandas turísticas do município o barreado sempre aparece em destaque. Além disso, o prato apresenta relevância no contexto estadual, já que é considerado o prato típico do Paraná.

Orley Antunes de Oliveira Junior, Secretário de Turismo de Morretes, também considera a gastronomia como o ponto forte do turismo em Morretes atualmente. A cidade sabe aproveitar o potencial turístico do barreado. A despeito das discussões que envolvem a origem do barreado, os morretenses sabem lucrar com o prato típico e estão preparados para isso, enquanto os outros municípios do litoral paranaense não estão bem estruturados.

Contudo, o secretário considera que o turismo gastronômico, enquanto principal motivador da atividade turística no município, é limitado. Atualmente, o turista que vai a Morretes o faz principalmente para comer barreado, sendo que a prática do ecoturismo é secundária. Ou seja, o turista visita a cidade e se, porventura, aparecer algum passeio, alguma trilha, ele pode vir a fazê-la. No entanto, segundo Orley, este quadro tende a inverter-se, e o ecoturismo passará a assumir a liderança na motivação da demanda turística.

Na realidade, esta é a meta da Secretaria de Turismo de Morretes. Embora a gastronomia seja capaz de "tocar" o turismo na cidade, o secretário acredita que o ecoturismo tem potencial para ser o principal atrativo morretense. Ele afirma que o município vai se transformar, daqui a aproximadamente cinco anos, em um grande pólo ecoturístico.

Embora o ecoturismo já seja praticado em Morretes, ainda não existe toda a infra-estrutura necessária para uma prática segura. A questão do ecoturismo, segundo Orley, é muito séria, pois envolve um grande cuidado, além de altos custos. Cada cachoeira, cada local tem que ter uma capacidade de carga definida, exigindo um trabalho especial. É preciso preparar pessoas, já que a prática do ecoturismo oferece muitos riscos. Para que os turistas possam subir o morro, por exemplo, é necessário possuir uma estrutura de resgate, e isso implica uma qualidade muito grande dos envolvidos.

A estruturação do ecoturismo é um projeto que está sendo desenvolvido pela prefeitura. No entanto, a secretaria de turismo planeja fazê-lo de forma planejada, sem pular etapas, justamente pelo cuidado exigido. Há três anos a prefeitura já está trabalhando o ecoturismo no município, e acredita-se que é necessário mais cinco anos para a atividade estar completamente estruturada. Algumas ONG's, como a FUNBIO – Fundo Brasileiro para a Biodiversidade - e a Pró-Atlântica, estão

auxiliando neste processo, através de estudos, propostas, e, inclusive, através de recursos financeiros.

De fato, o grande número de atrações naturais da cidade explica tal interesse pelo ecoturismo. De acordo com Orley, Morretes tem 48 cachoeiras, diversas trilhas, lugares de extrema beleza pra se trabalhar turisticamente. O Salto dos Macacos é um exemplo. Lá o rio dos Macacos precipita-se de uma altura de 70 m, formando uma piscina natural, que forma outro salto em seguida, o Salto Redondo, com queda livre de 30 m. O Véu da Noiva também compõe o cenário natural de Morretes, e consiste em uma cachoeira que pode ser apreciada da estrada de Ferro Curitiba-Paranaguá. O complexo Marumbi recebe um grande número de turistas, que tem como principal motivação o Pico Marumbi.

> O Pico Marumbi, também conhecido como Olimpo, com 1547 m, é o ponto preferido para a prática do montanhismo. No caminho entre a estação e o Pico Marumbi, situa-se a cascata dos Marumbinistas, uma queda d'água quase vertical, que precipita de uma altura de aproximadamente 50 metros. Está localizado no parque Estadual do Marumbi. Este, por sua vez, foi criado com o objetivo de disciplinar e controlar a ocupação do solo, proteger os recursos naturais e culturais. Compreende grande parte da Serra do Mar, abriga atrações como a Estrada da Graciosa, a Estrada de Ferro Paranaguá – Curitiba, os Mananciais da Serra, os caminhos coloniais e parte da represa do Capivari, numa área que abrange outros municípios do litoral e região Metropolitana de Curitiba. (CATÁLOGO RECEPTIVO, p. 33).

O Rio Nhundiaquara, antigo Cubatão, tem grande importância histórica, pois serviu como primeira via de ligação entre o litoral e o planalto paranaense. Atualmente é um importante atrativo ecoturístico, já que permite a prática de diversos esportes como canoagem, "bóia-cross" e pescarias. O bóia-cross ganhou *status* de esporte nos últimos dez anos, atraindo turistas de todas as regiões do país e do mundo. O "esporte" consiste na descida do rio sobre câmaras de ar de pneus de caminhões. Segundo Ibraim Schimidt Segalla - empresário responsável pela locação de bóias -, em entrevista concedida à Gazeta do Povo (2003), 95% de seus clientes eram provenientes de São Paulo na temporada de 2002. Ele conta que neste mesmo ano sua empresa atendeu turistas ingleses, suecos, holandeses e franceses.

A Estrada da Graciosa, rodovia que sai da BR 116, ligando Curitiba a Morretes, também se consolidou como um atrativo da região, graças à beleza do

percurso e à infra-estrutura turística: o Portal da Graciosa, a ponte de Ferro sobre o Rio Mãe-Catira, churrasqueiras, quiosques, mirantes e pontos de venda de produtos típicos. Outro local de interesse turístico na região é Porto de Cima, povoado situado ao pé da Serra do Mar, que teve seu apogeu em decorrência dos engenhos de erva-mate e que ainda guarda vestígios de seu passado. Possui praia fluvial, área para acampamento e pousada, além de ser ponto de partida de muitos montanhistas que sobem o Pico Marumbi. Outra atração que pode ser visitada no povoado é a Igreja de São Sebastião, inaugurada em 1850, que conserva suas características arquitetônicas coloniais.

Diversos atrativos ajudam a compor o cenário "colonial" de Morretes, tais como a igreja Matriz de Nossa Senhora do Porto, que teve sua construção iniciada em 1812, a Igreja de São Benedito, construída por escravos em 1765, o Marco Zero, fixado em 1733 e a estação Ferroviária, datada de 1885. Existem ainda antigos caminhos coloniais, utilizados pelos homens que povoaram os Campos de Curitiba e os campos Gerais, são hoje utilizados turisticamente, como é o caso do Caminho do Itupava e da Estrada do Anhaia.

O Caminho do Itupava, aberto entre 1625 e 1654, foi a principal ligação entre o litoral e o planalto durante mais de dois séculos. Deu origem ao traçado da estrada de ferro. Atualmente é utilizado para o turismo ecológico. A Estrada do Anhaia é remanescente do Caminho do Arraial, que por sua vez foi o primeiro caminho utilizado para chegar ao planalto, aberto entre 1586 e 1590 (CATÁLOGO RECEPTIVO).

Segundo Orley Antunes, o nome "Anhaia" vem de uma família que morava na região - a família Anhaia -, a qual possuía uma escrava conhecida como a negra dos Anhaia. Ela amamentou todos os filhos dos Anhaia. Quando a família partiu de Morretes, eles deixaram uma área para a negra, que já não era mais escrava. O local, que passou a pertencer à negra, ficou conhecido como "Mundo Novo do Anhaia", assumindo o nome da família que partira.

A Estrada do Anhaia vai do centro de Morretes até a BR 277. Nesse caminho se encontram alambiques ativos e desativados. É possível também comprar diversos artigos cultivados e produzidos em Morretes: banana, bala de banana, farinha, goiabada, licor de jabuticaba, cachaça, dentre outros produtos. Ainda existem

inúmeras trilhas que podem ser feitas no percurso, além de uma pousada, um café colonial e a Cachoeira da Fortuna. Orley considera que a estrada está pronta, bastante segura, preparada para o turismo. No entanto, ele afirma que as pessoas envolvidas ainda não estão prontas. Com a finalidade de prepará-los para o turismo, estão sendo desenvolvidos cursos de capacitação, para que a demanda turística possa ser atendida com qualidade.

Em relação à cachaça Morreteana, sua utilização turística se dá de forma muito incipiente. Existe um consenso no município de que a cachaça Morreteana tem um forte potencial turístico, porém ainda é mal aproveitado.

Deise Bezerra afirma que o município não explora o potencial turístico da cachaça, sendo que ainda não existe nenhum produto turístico formatado vinculado a ela. Ela acredita que, por sua tradição e fama, certamente a bebida apresenta forte apelo turístico, embora hoje não se dê este tratamento à mesma. Além disso, o fato do turismo gastronômico ser o principal atrativo do município, facilita a formatação de um novo produto gastronômico.

Maurício Scucato, presidente da Associação Comercial, Industrial e Agropecuária de Morretes, proprietário de Restaurante Casarão e do Engenho São Pedro, também considera que o turismo vinculado à cachaça ainda tem que evoluir muito no município. Ele afirma que atualmente a atividade turística está bem estruturada em Morretes, o nome Morretes é forte, e a cachaça é conhecida no Brasil inteiro. No entanto, ainda não se aproveita seu potencial.

Orley Antunes atribui este baixo aproveitamento turístico da cachaça ao fato dos atuais produtores ainda estarem no início da produção. Hoje os alambiques são novos, em sua maioria. Ele acredita ser extremamente viável a implantação de um circuito da Cachaça em Morretes, pela própria geografia – uma cidade pequena. No entanto, é necessário, primeiramente, que os produtores consolidem sua produção. Ele receia criar um circuito, divulgar, atrair turistas e o município não ter cachaça suficiente para atendê-los. Desta forma os produtores poderiam começar a comprar cachaça de outras regiões para revender, pelo fato de não ter produção, e isso seria muito maléfico à imagem da cidade e da bebida, pois a qualidade da cachaça poderia sofrer uma conseqüência danosa.

Vanessa Tonietti, atendente da loja de artesanato Carmem Maria, declara que a maioria dos clientes que vão à sua loja tem interesse em conhecer o processo produtivo da cachaça. Geralmente eles perguntam sobre a possibilidade de visitar os alambiques da cidade. Ela acredita que mostrar os engenhos aos turistas é uma excelente idéia.

No entanto, de certa forma, a cachaça já está incorporada ao turismo em Morretes. Os restaurantes atuam como grandes incentivadores deste processo, pois fazem de seus estabelecimentos uma "vitrine" para mostrar a bebida ao turista. As lojas de artesanato também auxiliam, ao sugerir a cachaça como "*souvenir*" da cidade. Não obstante, alguns alambiques já abrem suas portas ao turismo, outros estão se estruturando para isso.

Degustação da cachaça Morreteana no restaurante Madalozo.

Maurício Scucato afirma que já existem ações sendo realizadas a fim de fazer da cachaça um grande produto turístico. Segundo ele, até pouco tempo atrás não existiam os rótulos nas garrafas, a apresentação das mesmas era desfavorável, e algumas marcas eram vendidas a granel. A partir do momento em que a Associação Comercial de Morretes começou a trabalhar com os produtores, incentivando a melhoria dos produtos, este quadro mudou. Hoje, a embalagem da bebida tem ótima apresentação, além de qualidade na cachaça.

Segundo Maurício, a implantação de um circuito da cachaça é uma das metas dos produtores. Ele considera que, a partir do momento que todos os engenhos (ou pelo menos a grande maioria) estejam em condição de receber o turista, tanto em

termos de infra-estrutura como em qualidade no atendimento, será possível a efetivação deste circuito.

Atualmente existem alguns engenhos que já estão preparados para o turismo, pois recebem visitantes e o fazem de forma bastante satisfatória. De acordo com Maurício, o engenho mais visitado é o Engenho Novo, localizado próximo ao centro da cidade. Além desse, existem outros, como o Alambique Dom Henrique, que também está estruturado para a visitação turística. Há, ainda, engenhos mais antigos, alguns até tocados à roda d'água, que, apesar da estrutura dotada de grande beleza, não estão adequado às exigências sanitárias de hoje. Esses necessitam uma reestruturação.

Em relação à promoção de eventos, o município conta atualmente, segundo o calendário oficial da Paraná Turismo, com a Festa Feira Agrícola e Artesanal, realizada em maio, e com a Festa da Padroeira Nossa Senhora do Porto, realizada no mês de setembro. A Festa Feira Agrícola e Artesanal (que se encontra em sua 21ª. Edição) reúne expositores, agropecuaristas e artesãos com objetivo de mostrar os produtos naturais e artesanais da região. A Festa da Padroeira tem início com novenas, missas e procissões pelas ruas da cidade, e dentre suas atrações destaca-se a realização de almoço típico com barreado e churrasco de búfalo, venda de artesanato e outras diversões.

A Festa Feira Agrícola e Artesanal de Morretes nasceu da união de agricultores com o poder público com a finalidade de criar um mecanismo de promoção da cultura morretense, buscando divulgação do potencial agrícola e artesanal da cidade. A capacidade de produção agrícola atual é bastante significativa, ainda que limitada devido às restrições ambientais impostas na maior parte da superfície do município. O evento foi um dos propulsores que alavancaram o investimento na agricultura e no artesanato. Como conseqüência da realização do evento, os artesãos locais se organizaram e criaram uma associação que fomentou a capacitação de mão de obra no setor. Graças à realização da Festa Feira Agrícola e Artesanal, o fluxo de turistas aumentou consideravelmente, proporcionando o crescimento do setor de alimentação do município. O evento é considerado atualmente, segundo a prefeitura do município, como o maior veículo de comunicação e marketing dos produtores agrícolas e artesanais de Morretes.

Além das festas já mencionadas, outros eventos também são promovidos no município, porém não existem dados oficiais sobre a constância dos mesmos. Sabe-se, através de informações dispersas entre publicações eletrônicas e matérias de jornal, que desde 1999 vem sendo promovida a Festa do Barreado, idealizada pela ACIAM – Associação Comercial, Industrial e Agropecuária de Morretes. Em sua primeira edição, que durou oito dias, a festa atraiu mais de 70 mil pessoas, de acordo com o Jornal O Estado do Paraná (2000). A iniciativa de realizar a festa partiu da necessidade de realizar um maior número de eventos na cidade, e através da Festa do Barreado foi possível aproveitar o apelo turístico do prato típico mais tradicional da culinária paranaense.

A cachaça também já foi tema de eventos em Morretes. Em fevereiro de 2000 aconteceu a I Festa da Cachaça Artesanal de Morretes, numa iniciativa que visava a resgatar a tradição, preservar e expandir a cachaça de alambique, com aplicação de tecnologia atualizada, além de firmar a cachaça Morreteana como um produto diferenciado e com real expansão econômica. Durante a realização do evento, foi montado um museu na Casa Rocha Pombo – que atualmente está desativada -, onde estiveram expostas peças de engenho de produção de cachaça do final do século dezenove. Nesse mesmo evento foi lançado o selo da ACIAM, que garante a procedência da cachaça Morreteana.

Anterior a esse evento ocorreu outra festa, que também tinha a cachaça como tema. Foi a Festa da Cachaça, realizada em 1993. Naquele ano, a prefeitura municipal elaborou um plano integrado para o desenvolvimento do turismo, associado à produção agroindustrial do município, numa atuação articulada dos diversos órgãos e entidades públicas e promoveu três festas: a Feira Agropastoril do município, a Festa da Cachaça e a Ecobeerfest. De acordo com o Jornal O Estado do Paraná (1993), a Feira Agropastoril, realizada nos últimos dias de abril e início do mês de maio de 1993, atraiu mais de 100 mil pessoas. A Festa da Cachaça, que aconteceu no mês de julho, contou com mais de cem *stands*, provenientes de produtores artesanais e industriais de todo o país. A realização do evento contou com o apoio de associações nacionais de produtores, companhias aéreas e outros organismos. Segundo declaração do então prefeito Júlio Salomão em entrevista ao

Jornal O Estado do Paraná (1993), o objetivo da festa era dar ao consumidor a oportunidade de conhecer e avaliar a qualidade das cachaças produzidas no Brasil.

Embora ambas as festas tenham auxiliado na divulgação da cachaça Morreteana, atualmente não é realizado nenhum evento vinculado à bebida no município. Orley Antunes explica que isso ocorre porque a festa traz uma imagem ruim à cidade em relação ao turismo, pela relação que se estabelece entre a bebida e a direção (de carro). Ele afirma que a primeira idéia que se tem da festa é a de que o turista pode se embriagar, havendo grandes chances de provocar um acidente ao voltar para casa, já que a maior parte da demanda turística do município se desloca de carro. O secretário de turismo idealiza promover futuramente uma festa da cana-de-açúcar e seus derivados, tais como a garapa, o melado e a rapadura, tendo a cachaça como coadjuvante.

3.2 A TRAJETÓRIA DA CACHAÇA MORRETEANA

A história da cachaça na cidade de Morretes é bastante antiga. Ao visitar os alambiques da cidade essa afirmação fica bastante clara, levando em consideração que muitos deles possuem uma estrutura bastante arcaica, de tecnologia anterior à do século XX.

Segundo artigo eletrônico publicado em 2004 por Eric Joubert Hunzicker, no *site* www.morretesnoticia.com.br, a família do primeiro habitante de Morretes – João de Almeida, chegado entre 1725 e 1730 – já se dedicava a plantar cana e fabricar cachaça. Além da Casa da Farinha, utilizada para fabricação da mesma, "tinha também um pequeno engenho, para moer cana e fabricar *caxaxa* (como está escrita em registros antigos, a palavra cachaça), engenho esse tangido por animais, contendo ainda os competentes aparelhos de alambiques, cochos, etc".

De acordo com a historiadora Laurice Salomão de Bona, em entrevista concedida à Gazeta do Povo em 27 de abril de 2001, Morretes já viveu diversos ciclos econômicos: os ciclos do ouro, da cana-de-açúcar e da erva-mate. A influência do Rio Nhundiaquara, que cruza a cidade, esteve presente em todos os períodos. O fato de o rio ser navegável e aurífero fazia com que aventureiros e mineradores paulistas explorassem a região.

Após o ciclo da cana-de-açúcar, cresceu na região a plantação de erva-mate. Com a decadência do ciclo da erva-mate, no fim do séc. XIX, as pequenas plantações de cana-de-açúcar já marcavam a mata em muitos pontos da descida da Serra do Mar, a caminho de Morretes. Nesses lugares era produzido o açúcar mascavo, a rapadura e o melado até o ponto de suprir a demanda inicial desses produtos. A partir desse momento, os habitantes da cidade começaram a produzir aguardente, fazendo com que os engenhos que antes pertenciam aos barões do mate, passassem a armazenar a cachaça e a abastecer as comunidades vizinhas.

Loury Cordeiro Alpendre, filho de tradicional família dos produtores de cachaça em Morretes, em matéria publicada na Gazeta do povo em 27 de abril de 2001, cita como causa principal da proliferação dos engenhos de aguardente no município o declínio da erva-mate na região litorânea, entre 1865 e 1870, onde já havia um bom número de engenhocas produzindo cachaça. Por esse motivo, os antigos engenhos de erva-mate tiveram que se adaptar ao novo ciclo, passando a produzir a pinga que tornou famosa a cidade de Morretes.

Outro fator importante para o sucesso da aguardente no município foi o estabelecimento de um Engenho Central em Morretes. De acordo com BORGES (1990, p. 41), ergueram-se Engenhos Centrais no Nordeste, Recôncavo Baiano, Rio de Janeiro (Bom Jardim, Quissamã, Porto Feliz e Barcelos) e em Morretes, entre os anos de 1875 a 1877, de acordo com os Decretos Legislativos que a cada um criava. EISENBERG (1977, p.111) esclarece que o Engenho Central implicava, fundamentalmente, uma divisão do trabalho: os proprietários agrícolas cultivando a cana, em lugar de processá-la eles próprios, e remetendo-a para os engenhos centrais próximos.

O Engenho Central de Morretes instalou-se na Colônia Nova Itália (fundada pelos imigrantes italianos), e cabia aos produtores da região fornecer cana-de-açúcar ao mesmo. Segundo BORGES (1990, p. 41), *o capital garantido pelo Poder Público foi o de 100:000$000 (cem contos de réis) e a capacidade mínima de moagem diária deveria atingir 100 toneladas de cana, com produção anual de 150 toneladas de açúcar ou aguardente.*

No entanto, o baixo preço pago pela cana-de-açúcar levou muitos colonos a construir engenhos de aguardente no município, deixando de fornecer cana ao

Engenho Central, que foi desativado antes mesmo de completar um centenário. Percebendo o potencial da cachaça, inúmeras famílias italianas passaram a dedicar-se à sua produção, aplicando toda sua força de trabalho na mesma. Os conhecimentos trazidos da Itália explicam o sucesso dos imigrantes neste ramo:

> Traziam consigo o conhecimento da fermentação alcoólica em níveis mais eficientes e a técnica da destilação, proveniente da produção de "grappa" na Itália. Plantaram canaviais extensos, para a época. Conhecedores que eram da metalurgia do cobre, isso lhes valeu muito na instalação de alambiques. Conheciam também a tanoaria (fabricação de barricas), outra boa vantagem na competição com os antigos "engenheiros". Assim, a soma destes conhecimentos básicos para a fermentação e destilação permitiu às famílias italianas Scucato, Gnatta, Malluceli, Dalcuche, Sanson, Pazinato, entre outras, dar um salto de qualidade (Bom Gourmet, Gazeta do Povo, 04/02/2000).

Observa-se que as famílias italianas desenvolveram as técnicas que já conheciam e conseguiram dar um salto de qualidade, tornando a cachaça de Morretes reconhecida em toda a planície litorânea e no primeiro planalto paranaense, tendo Curitiba como o mais importante centro consumidor e irradiador.

A produção de cachaça em Morretes tornou-se bastante próspera neste período. De acordo com HUNZICKER (2004):

> Segundo relatório do Ministério da Agricultura na década de 1910 a 1920 os dois engenhos da família Malucelli, situados no Bairro Nova Itália, o Engenho Central e o Engenho Mirim produziam juntos, anualmente 1500 pipas, sendo que cada pipa tinha capacidade de armazenar entre 21 e 25 almudes (medida de capacidade variável de região para região, e que no Brasil valia 31,94 litros). Fazendo um rápido calculo temos então a produção final por ano de aproximadamente 1.100.000 litros.

A década de cinqüenta representou o auge da produção de cachaça no município. Paulo José Soavinsky afirma, em matéria publicada pela Folha do Paraná em 24 de agosto de 1997, que nos anos cinqüenta o município tinha 60 alambiques produzindo "as mais finas aguardentes artesanais".

Segundo Maurício Scucato, Morretes produzia sozinha, entre os anos de 1930 e 1950, tanta cachaça quanto produzia todo o estado de Minas Gerais. Esta produção estava concentrada nas famílias tradicionais, especialmente italianos. Eles eram responsáveis pela produção de uma grande quantidade de cachaça, pois a maioria das famílias italianas tinha seu próprio engenho.

Quando a produção da cachaça expandiu na cidade, abriram-se novas estradas, para atingir novos territórios e escoar mais cana, tanto para a Usina Central (criada na época por causa das grandes plantações de cana), como para as dezenas de engenhos que se instalavam no local (GALAFASSI, 2000).

Orley Antunes declara que Morretes chegou a produzir 1,5 milhão de litros por safra. No entanto, chegou um momento em que esta grande produção parou. Durante alguns anos, com o fechamento da usina de álcool que existia na cidade, deixou-se de produzir cana-de-açúcar, e os trabalhadores migraram para o cultivo de gengibre.

Diversos foram os fatores que influenciaram o declínio da produção de cachaça em Morretes. Dentre eles, destaca-se a concorrência de produtores de outros estados brasileiros, principalmente São Paulo e Santa Catarina. Tornava-se difícil a competição da cachaça artesanal com a cachaça industrial, produzida em larga escala. De acordo com o Jornal O Estado do Paraná (02/02/2000):

> O surto dos engenhos só foi segurado com a pressão dos usineiros paulistas que dominavam a exportação de açúcar e partiram para a produção em massa de aguardente em grandes destilarias. Com isso, os engenhos de Morretes foram fechando, a cultura de cana substituída e muitos dos italianos e seus descendentes subiram a serra, para tentar a vida em outras cidades.

Outros fatores responsáveis pelo declínio da famosa bebida morretense foram a falta de incentivos, assim como o aumento nas exigências sanitárias, às quais muitos produtores não tiveram condições de se adequar, parando de produzir a bebida. De acordo com artigo publicado na Folha do Paraná, por Paulo José Soavinsky, em 24 de agosto de 1997, no ano de publicação da matéria restava somente um engenho em funcionamento no município:

> Os antigos engenhos de cana e mate, que tanta fama e dinheiro deram à cidade, foram deixando de girar suas imensas rodas d'água. Dos cerca de sessenta que existiam na época de ouro da produção da cachaça artesanal - década de 50 -, apenas treze alambiques restaram até a década de oitenta, muitos deles já engolidos pelo mato e pelos cupins. Destes, atualmente apenas um sobrevive: a Fábrica de Aguardente de Frederico Leal Neto, o Diquinho.

A família de Diquinho, nessa época, já cogitava a possibilidade de fechar o único alambique em condições de funcionamento na região, por não ter como forrar

com azulejos as paredes do local, reformar telhados e adquirir equipamentos modernos – segundo normas sanitárias -, embora tivesse todo o maquinário, como roda d'água e outros equipamentos de madeira, que dão a característica do produto artesanal.

Soavinsky afirma que Morretes vivia em 1997 uma contradição: a cidade vendia mais destilados do que produzia. Não havia plantações de cana-de-açúcar o suficiente para abastecer as novas indústrias que vinham se instalando no município, as quais traziam o líquido já processado de outros locais do país. Este fato colaborou para a completa decadência da cachaça em Morretes, uma vez que levou à diminuição da qualidade da bebida. Antenor Valentim Zambon, em entrevista concedida a Swami Vivekananda, em 02 de agosto de 1978, confirma:

> Sobre o declínio da qualidade da aguardente morretense nesses últimos tempos, muitos fatores poderiam ser considerados, porém o principal foi a concorrência de aguardentes de alguns estados, da região a enfrentar essa invasão, acelerando a produção do produto regional em termos de quantidade e diminuindo, o que é óbvio, a graduação da qualidade, o que veio provocar certa retração por parte dos consumidores tradicionais.

A produção de cachaça, segundo Orley, foi retomada em 2001, quando os atuais membros da secretaria de turismo assumiram o posto. A primeira atitude realizada por eles foi estabelecer uma parceria com o SEBRAE e levar oito potenciais produtores de cachaça – que possuíam, de alguma forma, vínculo com a produção da cachaça, conhecimentos herdados de família – para Minas Gerais. O secretário declara que levou estes potenciais produtores a diversos alambiques mineiros, a fim de mostrá-lhes que valia a pena produzir cachaça. Ressaltou-se que cachaça não é aquela vendida em garrafa de plástico, que custa R$ 0,50. É a cachaça de qualidade, que tem marca, nome e valor. Os futuros produtores entenderam a mensagem, e investiram na construção de novos alambiques.

Contudo, a intenção de retornar aos "tempo áureos" da cachaça é anterior a esse processo, segundo Maurício Scucato. Ele afirma que o Projeto "Cachaça de Morretes" nasceu dentro da Associação Comercial, ao identificar a necessidade de resgatar a tradição que existia em Morretes em relação à cachaça. Reuniu-se um grupo que tinha interesse em produzir cachaça, juntamente com aqueles que ainda produziam, e procurou-se dar condições de mercado a estes produtores, através da

consolidação da qualidade do produto e da sua divulgação. Foi a partir daí que os restaurantes começaram a exercer um importante papel neste processo, ao divulgar a cachaça Morreteana.

Atualmente, a produção da cachaça Morreteana não é a atividade econômica primordial do município, que tem como principais produtos agrosilvopastoris o gengibre, a banana e o pepino. No entanto, é notória a importância cultural da cachaça para Morretes e para o Paraná.

3.2.1 Atual produção da cachaça em Morretes

A cidade de Morretes conta atualmente com aproximadamente vinte produtores de cachaça artesanal. Esse dado não é preciso devido ao conflito das informações relativas à existência dos mesmos. Estão registrados quinze produtores na ACIAM - Associação Comercial, Industrial e Agropecuária de Morretes. No entanto, segundo Adalberto Porcides, presidente da APPCAA - Associação Paranaense dos Produtores de Cachaça Artesanal de Alambique -, o município conta com 21 alambiques.

A produção da cachaça Morreteana está vinculada a estas duas principais entidades já mencionadas: a ACIAM e a APPCAA, que por sua vez está filiada a FENACA – Federação Nacional das Associações de Produtores de Cachaça de Alambique.

A Associação Comercial dá suporte aos produtores de cachaça no município. A principal ação neste sentido foi a criação do selo municipal da cachaça, que garante a procedência da bebida. Não se trata de um controle de qualidade, porém o selo atesta a origem da cachaça. Maurício Scucato, presidente da associação, afirma que eles não têm condições, em termos de aparelhagem, de atestar a qualidade da cachaça. Quem atesta isto, segundo ele, é o Ministério da Agricultura.

De acordo com André Carlos Paludo, agrônomo, consultor de agro-negócios do SEBRAE-PR, o selo da Associação Comercial de Morretes foi criado devido às inúmeras discussões geradas em torno da cachaça Morreteana. André explica que muitas bebidas produzidas em outras regiões estavam sendo embaladas em Morretes, utilizando-se do nome e da tradição da cidade. Por esse motivo foi lançado

o selo, a fim de garantir que somente o produtor que é realmente do município, que está cadastrado e tem um alambique funcionando é quem recebe esta certificação. É um controle da marca "Morretes", considerado por ele um interessante processo de garantia de origem.

Antes de ser lançado o selo, o maior problema para a comercialização da cachaça artesanal de Morretes, de acordo com Maurício Scucato, em entrevista ao Jornal do Estado em 05 de fevereiro de 2000, era a concorrência desleal com a produção de cachaça em São Paulo. Ele explica que as pessoas importavam de São Paulo cachaça de baixa qualidade, que é feita com subproduto das usinas, e engarrafavam em Morretes, dizendo que era a Morreteana.

No entanto, embora o selo da ACIAM não ateste qualidade, ele é eficaz em garantir a procedência da bebida, em termos de localidade e condições sanitárias. A APPCAA, que está vinculada a ACIAM, possui uma equipe que visita freqüentemente os engenhos da cidade, verificando se as condições sanitárias estão adequadas.

Adalberto Porcides, presidente da APPCAA, garante que todos os produtores que possuem o selo estão de acordo com o padrão definido pela ACIAM. Caso contrário, não recebem o selo. São feitas fiscalizações para garantir este controle, que consiste em análises sensoriais, químicas e laboratoriais. Ele considera que a qualidade é primordial.

O objetivo da APPCAA, segundo Porcides, é continuar o com um bom posicionamento no ranking mundial de cachaça deixado pelos antepassados. Em vista disso, estão desenvolvendo ações no sentido de melhorar todo o processo produtivo da cachaça Morreteana. Os vinte e um engenhos existentes já estão dentro do padrão definido, contudo, eles ainda estão passando por um processo de modernização, a fim de melhorar o destilado. Porcides afirma que, para abrir um novo engenho, é preciso receber o aval da Associação e estar dentro dos moldes estabelecidos.

Outra grande meta da APPCAA é a exportação. Para que esta se consolide, será criada uma cooperativa, que reunirá os 21 produtores associados. A Cooperativa produzirá apenas uma cachaça, resultado de um "*blendering*" de todas. Ou seja, será feita uma mistura de todas as cachaças produzidas com a mesma

receita. Desta forma, Morretes terá quantidade suficiente de cachaça artesanal para concorrer com as grandes indústrias que fazem a bebida em colunas de destilamento, a cachaça industrial. Porcides ressalta que em Morretes, por força de legislação municipal, é proibida a utilização de colunas de destilamento.

Não obstante, os produtores de cachaça do município, em parceria com a ACIAM e a APPCAA, estão se estruturando para a fabricação da cachaça orgânica, visando, inclusive, a exportação do produto orgânico, uma vez que este é um grande diferencial, de alto valor no mercado externo.

Segundo artigo eletrônico disponível no *site* www.idec.org.br, considera-se alimento orgânico todo aquele de origem vegetal que é cultivado sem o uso de agrotóxicos ou outros insumos químicos e artificiais. São alimentos que não são geneticamente modificados – não são transgênicos – nem recebem radiações ionizantes em qualquer fase da produção, armazenamento ou consumo.

De acordo com publicação do *site* www.diariodamanha.com.br, o Paraná é o segundo maior produtor de alimentos orgânicos do país. O secretário da Agricultura Orlando Pessuti afirma que o Paraná é referência em agricultura orgânica, "com cinco mil agricultores orgânicos ou em fase de transição. O Estado perde em produção apenas para São Paulo que produz área maior por causa da produção de cana-de-açúcar e pastagens orgânicas".

O SEBRAE-PR também apresenta grande interesse na produção do produto orgânico, inclusive a cachaça, e está agindo em parceria com diversos municípios, auxiliando, através de consultorias tecnológicas, no processo produtivo orgânico. Segundo André Paludo, consultor do SEBRAE-PR, o foco na produção orgânica, assim como na obtenção da certificação dos produtos, visa o mercado externo, já que este apresenta uma grande abertura para a produção orgânica, que, devido às normas internacionais de exportação, só pode ser comercializada se possuir um selo de certificação. No entanto, existem apenas três produtores certificados no Paraná, e outros três que estão em fase de certificação, de acordo com André.

Os dados a seguir, fornecidos pela Associação de Certificação Instituto Biodinâmico, demonstram que a certificação agrega confiança a um determinado produto, uma vez que faz um rastreamento de todo o processo produtivo:

> A certificação é uma prática que surgiu da necessidade de se identificar a procedência e o processamento de um alimento orgânico, permitindo ao agricultor um produto diferenciado e mais valorizado, estabelecendo uma relação de confiança com o consumidor. É um procedimento que inspeciona e orienta a produção e o processamento de alimentos segundo as normas e práticas de produção orgânica, garantindo ao consumidor a sua procedência isenta de contaminação química, respeitando o meio ambiente e o trabalhador, e assegurando ao produtor um diferencial de mercado para os seus produtos.

O processo de produção da cachaça orgânica, segundo André, está sendo desenvolvido no Paraná como um todo, desde Morretes –onde se iniciou o trabalho-, deslocando-se posteriormente para as regiões de Bituruna, Cruz Machado, Sudoeste do Paraná, oeste do Paraná e Norte Pioneiro, envolvendo mais de 100 produtores.

André afirma que o objetivo é mostrar que no Paraná se tem produção de boa cachaça, com qualidade. Ele observa que Minas Gerais é referência mundial na produção de cachaça, mas o Paraná também pode se tornar uma referência em produção de cachaça orgânica, certificada. Segundo ele, os produtores paranaenses já estão se articulando com a APEX, o SEBRAE e a EMATER com esta finalidade.

Na realidade, muitas propriedades da cidade de Morretes já aderiram ao processo orgânico, de acordo com Adalberto Porcides. Um dos objetivos das associações (ACIAM E APPCAA) é que toda cachaça produzida no município seja orgânica. Maurício Scucato esclarece que eles almejam transformar Morretes no primeiro município do Brasil a produzir exclusivamente cachaça orgânica, certificada, com uma certificadora que seja conhecida internacionalmente. Com este fim, estão investindo em cursos de capacitação e campanhas de conscientização. No entanto, embora alguns engenhos já estejam produzindo desta forma, ainda falta o selo de certificação do produto orgânico. Alguns produtores já estão passando por este processo, como é o caso do Engenho São Pedro, que obterá a certificação até o final de 2004.

As cachaças produzidas atualmente no município não são envelhecidas; algumas são apenas estabilizadas. No entanto, diversos alambiques estão se estruturando para envelhecer a bebida. A mais conhecida cachaça produzida na cidade é a de banana. A grande quantidade de bananais no município propiciou o surgimento de diversas iguarias feitas com esta fruta, tais como bolo de banana, doce de banana, bala de banana (muito famosa no litoral paranaense), banana frita,

assada, cozida, dentre outras invenções. A fruta foi parar também nos alambiques, originando a famosa cachaça de banana. Sua fabricação segue o processo de fermentação e destilação da cana. No final, a banana triturada fica curtindo no caldo por alguns dias até a bebida estar no ponto.

3.3 PROPOSTA DE IMPLANTAÇÃO DA ROTA DA CACHAÇA

A Rota da Cachaça consiste em um roteiro histórico-cultural que tem a gastronomia como principal atrativo, em especial a cachaça produzida no município. Nele, as questões relacionadas ao contexto histórico da produção da bebida no município, assim como ao atual panorama produtivo, serão destacadas. A intenção do roteiro é salientar junto ao turista a importância cultural da bebida para a localidade, graças à tradição vinculada à mesma.

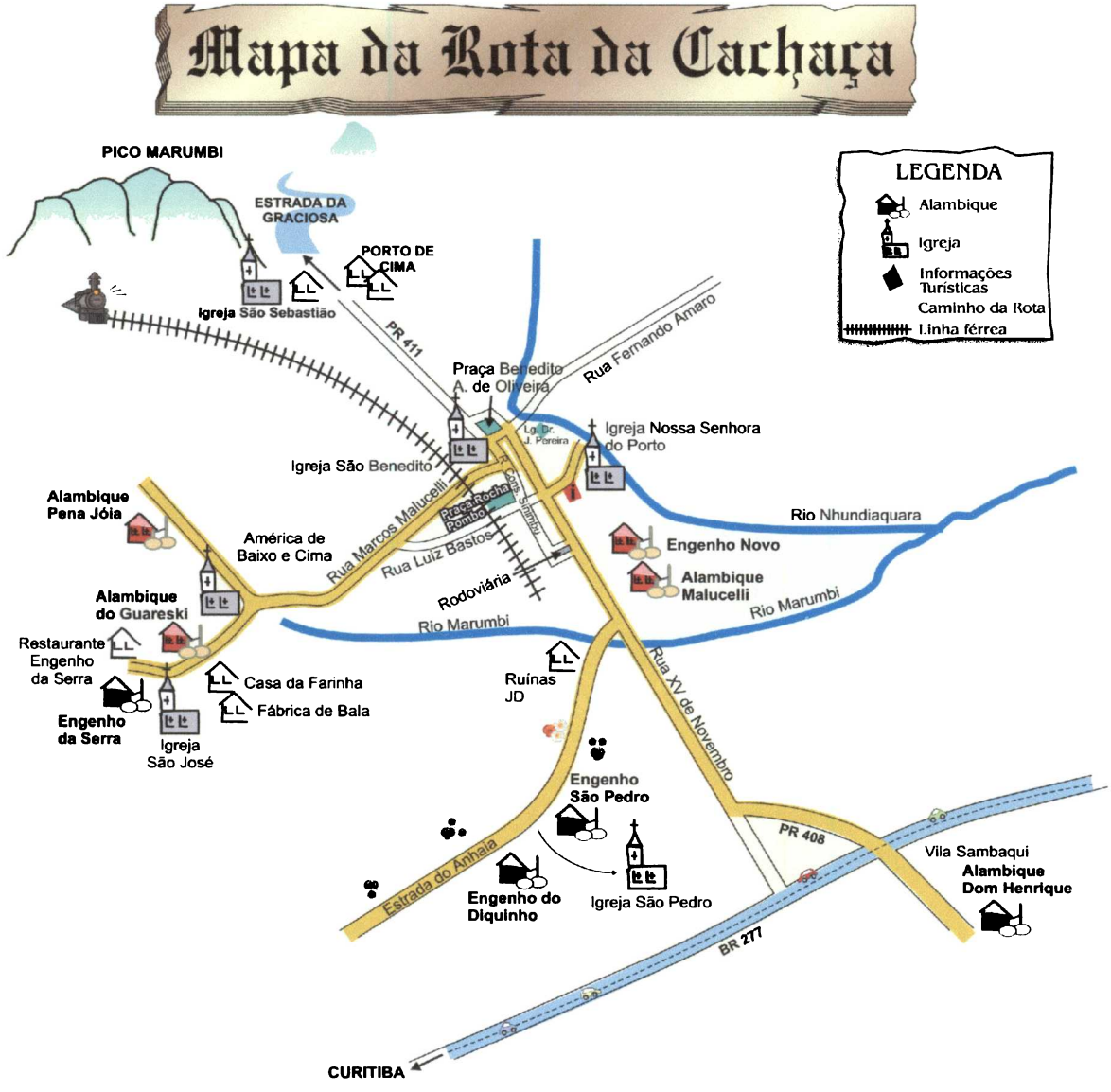
O objetivo da Rota da cachaça é inserir a bebida no panorama turístico da cidade, fazendo do roteiro um atrativo que agregue valor à oferta turística já existente. Na realidade, o objetivo maior do roteiro é incrementar o turismo na cidade, ofertando ao visitante uma nova opção de passeio, podendo aumentar seu tempo de permanência. Embora o roteiro apresente grande impacto aos produtores de cachaça, através do aumento na venda do produto cachaça e na sua divulgação, acredita-se que a rota tem um maior alcance em relação à economia do município como um todo, uma vez que o turista que realiza o roteiro poderá consumir outros serviços disponíveis na cidade.

A Rota da Cachaça é definida por um caminho específico na cidade de Morretes, no qual destaca-se a existência de diversos alambiques, assim como outros atrativos naturais e histórico-culturais. Ao longo deste caminho são oferecidas diferenciadas opções de equipamento turístico, tais como restaurantes, bares, lojas de artesanato, alojamentos, etc., todos já existentes na cidade (não requer implantação).

Farão parte do roteiro as seguintes unidades produtoras de cachaça: Engenho Novo, Alambique Dom Henrique, Alambique do Luís Guareski (ainda não batizado), Alambique Pena Jóia, Engenho São Pedro e Engenho do Diquinho. Além destes, foi incluído na rota o Engenho da Serra, que embora se encontre desativado

há dez anos, apresenta características bastante atrativas ao turista, graças ao seu aspecto colonial.

A seguir encontra-se o mapa da Rota da Cachaça:



A *priori*, nem todos os alambiques existentes no município estarão incluídos na Rota da Cachaça. Isto se justifica porque, além da dificuldade de encontrar dados sobre a existência e localização de alguns, daqueles que possuem cadastro na ACIAM, muitos têm apenas um telefone celular para contato, o que dificulta um pouco o acesso, devido às restrições impostas pelo telefone móvel (desligado, fora

da área). Além disso, a falta de sinalização de alguns deles, acompanhada das condições precárias de acesso por terra (em carro comum), são fatores que impossibilitaram seu acesso. No entanto, nada impede uma inclusão futura de um novo alambique, se estiver nas condições adequadas.

Os alambiques que comporão a rota (anteriormente citados) apresentam grande valor para a realização da mesma. Alguns são de grande porte, e contam com uma moderna estrutura; outros apresentam valor mais histórico ou se destacam pela tecnologia diferenciada dos demais. Esta heterogeneidade foi levada em conta na hora de optar pela inclusão dos alambiques no roteiro, a fim de demonstrar a variedade de empreendimentos que Morretes possui. Vale lembrar que todos eles produzem cachaça artesanal, em alambiques de cobre.

A seguir serão caracterizados os alambiques que farão parte da Rota da Cachaça. Buscou-se identificar as principais características da unidade produtora, a fim de ilustrar as condições em que se encontram. Também são sugeridas algumas alterações, em determinados casos, necessárias para a inclusão dos alambiques no roteiro.

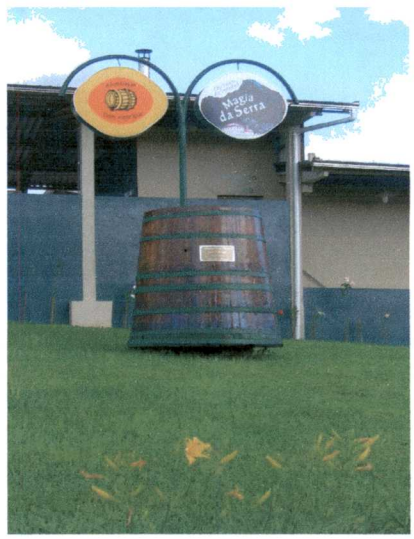
a) Alambique Dom Henrique

Localizado na Vila Sambaqui, próxima a BR-277, o Alambique Dom Henrique é um dos maiores produtores de cachaça do município. Possui uma estrutura moderna e área ampla. A produção anual é de 100 mil litros, embora em 2004 tenha sido produzido apenas cerca de 50 mil litros, devido à falta de cana-de-açúcar na cidade. Apesar da propriedade possuir sua própria produção de cana, a quantidade não é suficiente, o que faz com que o produtor tenha que comprar cana de terceiros (da região). Aqui é produzida a cachaça "Magia da Serra", em dois tipos distintos: a de consumo imediato (branca-prata) e a Reserva Especial (amarela-ouro). O alambique conta com tonéis de 5, 10, 20, 30 e 40 mil litros, nos quais é feita a estabilização da bebida. As madeiras utilizadas nos tonéis são: Carvalho, Jequitibá, Amburana, Castanheira e Amarelo do Pará. O barril de carvalho é usado para o envelhecimento, de no mínimo um ano. A cachaça produzida aqui é orgânica,

embora ainda não possua certificação. Contudo, o processo de certificação já está em andamento. No anexo IV encontra-se o *folder* do Alambique Dom Henrique.

Para implantação do alambique, que pertence ao empresário José Carlos Possa, foi buscada tecnologia mineira de construção e produção da bebida. Diversos técnicos de Minas Gerais ofereceram treinamento para os funcionários. O alambique está passando por uma fase de expansão, onde está sendo construído um novo galpão, com espaço destinado ao envelhecimento da bebida. A produção da cachaça é escoada atualmente para diversos estabelecimentos de Morretes, como restaurantes e lojas de artesanato, assim como é vendida no próprio local, que recebe visitantes com certa freqüência. No entanto, o proprietário do alambique também tem a exportação como meta, uma das razões que o levou a expandir o empreendimento.

O Alambique Dom Henrique conta com uma paisagem de extrema beleza, em uma ampla área verde, possuindo inclusive uma lagoa natural. O cenário é propício para o recebimento de turistas, já que, além da produção da cachaça, o local ainda apresenta belezas naturais. O Alambique dispõem de funcionários aptos a receber os turistas, já que possuem conhecimentos sobre a produção da cachaça e são bastante cordiais. De forma geral, não requer grandes alterações para entrar na Rota da Cachaça, pois sua estrutura já é satisfatória.



Tonel de madeira que decora o visual do Alambique Dom Henrique.

b) Alambique Pena Jóia

Localizado na América de Cima, o Alambique Pena Jóia está em fase de construção. O proprietário, Sr. Adalberto Porcides, estima que a produção da cachaça se iniciará no começo de 2005, quando a obra já estará concluída. O alambique se destaca pela tecnologia diferenciada das demais existentes no município: o sistema escocês de destilação. Porcides explica que neste sistema é possível produzir mais bebida em um espaço menor, além de outras características as quais ele afirma ser "segredo" e não poder revelar. A diferença é notada na estrutura do alambique – no espaço e na disposição das etapas produtivas -, bastante diferente do sistema mineiro. Inclusive a tinta utilizada na pintura do prédio é natural, a fim de evitar quaisquer alterações no sabor e no aroma da bebida. Serão produzidas neste alambique a cachaça prata e ouro, além da envelhecida. A cana-de-açúcar utilizada será de produção própria. A cachaça será orgânica e o proprietário afirma que irá buscar a certificação da mesma, já que seu maior objetivo é a exportação.

O alambique encontra-se em uma região bastante privilegiada no que tange à natureza. Além da beleza cênica, localizado no pé do Marumbi, o alambique conta com importantes recursos naturais, como água fria à vontade – proveniente das nascentes do pico. Além disso, Porcides afirma que nesta região a cana-de-açúcar encontra condições mais favoráveis de plantio. As características peculiares do alambique, assim como a rica paisagem, fazem dele um local de alto interesse turístico. Quando a obra (construção do alambique) estiver terminada, a propriedade estará apta ao recebimento de turistas.

Fachada do Alambique Pena Jóia.

c) Engenho da Serra

Este engenho, desativado há aproximadamente dez anos, é um dos mais interessantes sob o ponto de vista turístico. Construído no séc. XIX, mais precisamente em 1888, o engenho foi sendo passado de pai para filho. Carlos Alberto Gnatta, último proprietário do estabelecimento, afirma que a produção de cachaça foi encerrada devido à sua aposentadoria e a falta de interesse de seus descendentes em continuar a produção da bebida. Nele foram produzidas cachaças famosas, como a de banana e a "Sputinika".

Embora não haja mais produção de cachaça no alambique, o potencial turístico é eminente, uma vez que a área na qual se encontra o alambique conta com um aspecto colonial e natureza exuberante. Anexa ao alambique há a Igreja de São José – padroeiro da família Gnatta -, construída em 1951. Na região também se encontram a fábrica de bala de banana e a casa da farinha. Ambos estabelecimentos são bastante interessantes e permitem a visitação. O Sr. Wilson Clóvis Santiago, proprietário da fábrica de bala, garante que eles recebem muitos turistas interessados em conhecer os processos produtivos da bala e da farinha, assim como grupos de estudantes provenientes de diversas regiões do Paraná. Na região – denominada Marumbi de Baixo - são realizadas anualmente duas festas: a Festa de São José, promovida no dia 19 de março, e a Festa de Nossa Senhora Salete, padroeira dos agricultores, realizada no dia 19 de setembro. Ao lado do alambique encontra-se o restaurante Engenho da Serra, que funciona sextas, sábados e domingos, ou mediante reserva antecipada. O Engenho da Serra apresenta condições satisfatórias para sua inclusão na Rota da Cachaça, sendo necessária apenas pequenas adequações, tais como a criação de uma sinalização turística.

Roda d'água: um detalhe atraente.

Fachada do Engenho da Serra.

d) Engenho São Pedro

Pertencente a Maurício Scucato e localizado na estrada do Anhaia, o engenho São Pedro está em funcionamento desde 2001. O conhecimento das técnicas de produção é proveniente das tradicionais famílias produtoras, das quais Maurício e sua esposa são descendentes. A cana-de-açúcar utilizada na produção da cachaça São Pedro é plantada ali mesmo.

O alambique apresenta um aspecto bastante rústico e suas instalações ainda estão um pouco "cruas". Apesar disso, a região é bastante agradável, pois o alambique é cercado de ampla área verde. A fim de estar preparado para receber turistas, é necessária uma reestruturação do alambique, pois embora o empreendimento não esteja preparado para isso, a localidade do mesmo é de grande valor para o turismo.

e) Alambique do Luís Guareski (ainda não batizado)

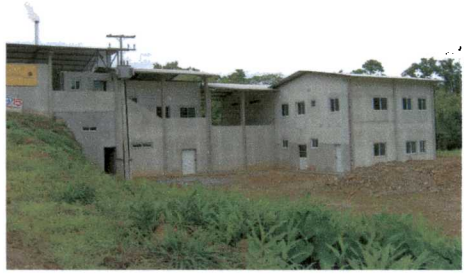
Este é o maior alambique existente na cidade de Morretes. Sua ampla estrutura remete a uma grande indústria, embora seja produzida a cachaça artesanal. A produção da cachaça neste alambique é bastante recente; teve início em 22 de setembro de 2004.

A capacidade produtiva é de 600 litros de cachaça por dia, funcionando seis dias por semana. No momento, a cana-de-açúcar utilizada para a produção da bebida é proveniente de terceiros (da região), embora já exista uma plantação de cana na propriedade para futura utilização. A produção da cachaça é supervisionada pela engenheira química Elis Esmanhoto, especialista em fermentação. A cachaça produzida é orgânica, embora ainda não seja certificada.

Para a implantação do alambique, os proprietários buscaram tecnologia mineira, a exemplo do Alambique Dom Henrique. Na realidade, a estrutura deste alambique é bastante semelhante à do Dom Henrique.

O alambique se encontra em local bastante privilegiado, situado entre o Marumbi e o Cascatinha. O visual do local, que tem o Pico Marumbi como pano de fundo, é um espetáculo à parte. Um aspecto bastante interessante, que vale ser

destacado, é que os proprietários do alambique apresentam bastante interesse na atividade turística, ou seja, na visitação do alambique. A estrutura do alambique está bastante voltada a esse fim. Elis Esmanhoto afirma que os proprietários pretendem construir um mirante e um bar anexo ao alambique, a fim de melhor receber o visitante. Além disso, haverá um local para degustação e venda da cachaça. Na realidade, as obras de construção do alambique (estrutura total) ainda não se encontram finalizadas, embora já esteja sendo produzida cachaça. A previsão é de que o alambique esteja completamente pronto na metade de 2005, inclusive os "equipamentos turísticos" (mirante e bar). Portanto, a partir desta data, o alambique do Guareski será um grande atrativo turístico da região, enriquecendo muito a Rota da Cachaça.



Fachada do alambique (ainda em obras).

Visual da região.

f) Engenho Novo

De estrutura bastante simplificada, o ambiente deste alambique é bastante rudimentar, e a produção da cachaça é feita anexa à loja de venda dos produtos. Aberto desde 2002, o alambique, que pertence ao Sr. Marcel Dusczack, produz até 30 litros de cachaça por dia. Sua estrutura é voltada completamente à atividade turística, sendo que os principais consumidores da bebida são os turistas, provenientes, em sua maioria, de São Paulo. Na loja também são vendidos outros artigos produzidos em Morretes, tais como bala de banana, farinha, mel de abelhas, licores, etc. Além da venda no próprio local, a cachaça Engenho Novo também é vendida em restaurantes e lojas de artesanato da cidade. O Engenho Novo necessita de uma pequena reforma em sua estrutura (principalmente na área onde é

produzida a cachaça) a fim de apresentar uma estrutura mais estética e atraente ao turista.

Loja do Engenho Novo.

g) Engenho do Diquinho

O engenho do Diquinho é o único alambique da antiga geração que suportou as dificuldades enfrentadas pelos engenhos da época. Está em funcionamento desde 1954, só encerrando a produção nos períodos em que não há safra de cana-de-açúcar. Embora seus proprietários já tenham pensado na possibilidade de encerrar o funcionamento do engenho, atualmente ele continua produzindo, com média de 3 mil litros por mês no período de safra, que vai de junho a dezembro. A cachaça do Diquinho é feita com cana-de-açúcar do próprio local, porém quando a quantidade não é suficiente buscam-se outros fornecedores. A venda da bebida é feita no bar anexo ao alambique, nos bares e lojas de artesanato de Morretes.

Apesar de apresentar um alto valor histórico, o Engenho do Diquinho encontra-se em situação precária de funcionamento. Suas condições sanitárias são bastante desfavoráveis, e o galpão no qual é produzida a cachaça é escuro e possui um aspecto negativo. Evaldo José Leal, atual proprietário do engenho e neto do "Diquinho", que dá nome à cachaça, explica que o abandono em que se encontra o local é devido, além de outros fatores, ao fato de seu irmão – que era quem realmente cuidava do local – ter sofrido um acidente há um ano, ficando impossibilitado de continuar a cuidar do alambique.

Embora o engenho do Diquinho não se apresente em boas condições atualmente, é inegável sua importância no ciclo da cachaça em Morretes,

apresentando grande relevância para a efetivação da Rota da Cachaça. Contudo, esta propriedade é a que requer as maiores alterações para alcançar um padrão mínimo esperado para os alambiques pertencentes ao roteiro. A estrutura física do local precisa passar por uma reforma, além de ter que se adequar às normas sanitárias. Se realizadas estas alterações, é possível torná-lo um lugar bastante interessante para a visitação turística.

Fachada do Engenho do Diquinho.

Todos os alambiques pertencentes à rota deverão apresentar, em sua entrada principal, uma placa contendo o nome do alambique juntamente com a logomarca da Rota da Cachaça (que será a marca oficial usada nas sinalizações relativas ao roteiro). Esta logomarca deverá constar em todos os materiais vinculados à rota, de forma padronizada.

Rota da Cachaça
Morretes - PR - Brasil

Para uma melhor visualização dos alambiques que compõem a Rota da Cachaça, segue um quadro explicativo:

NOME DA PROPRIEDADE	PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS	NOME DO PROPRIETÁRIO	LOCALIZAÇÃO
Dom Henrique	Grande propriedade, ampla área verde, com lagoa natural.	José Carlos Possa	Vila Sambaqui
Pena Jóia	Sistema escocês de destilação, belezas naturais (vista para o Marumbi).	Adalberto Porcides	América de Cima
Engenho da Serra	Alambique desativado. Aspecto colonial, roda d'água, Igreja anexa. Fábrica de bala e Casa da Farinha ao lado.	Carlos Alberto Gnatta	Cascatinha
Engenho São Pedro	Instalações rústicas, beleza cênica.	Maurício Scucato	Estrada do Anhaia
Luís Guareski (ainda não batizado)	Maior alambique da cidade, beleza cênica e futuras instalações turísticas.	Luís Guareski	Marumbi
Engenho Novo	Pequeno porte, instalações rústicas, loja em anexo.	Marcel Duszczak	Prolongamento da Rua XV de Novembro
Engenho do Diquinho	Instalações rústicas, beleza cênica, bar anexo.	Evaldo José Leal	Rodeio

Também farão parte do roteiro os seguintes atrativos: Igreja Nossa Senhora do Porto, Igreja São Benedito, Igreja São Pedro, Igreja São José, Casa da Farinha e Fábrica de bala de banana.

A Rota da Cachaça tem como público-alvo toda a demanda já existente na cidade, composta principalmente por famílias, já que seu conteúdo histórico-cultural não apresenta nenhuma restrição. Vale destacar que a proposta inicial do roteiro é direcionada àqueles turistas que visitam a cidade de automóvel, já que as distâncias percorridas entre os alambiques requerem um meio de transporte desse gênero. Essa necessidade não é problema para a maioria dos visitantes, já que, de acordo com dados fornecidos pela Paraná Turismo, 90,8% dos visitantes que foram a Morretes em 2002 o fizeram de automóvel. Em 2004 este número também foi representativo; cerca de 70% da demanda optou por utilizar o carro como meio de transporte.

A divulgação do roteiro será feita através dos *sites* que divulgam o município (prefeitura, Paraná Turismo, empresas privadas), e através dos *folders* promocionais, que serão distribuídos em agências de viagem de Curitiba, na Serra Verde Express e na central de informações turísticas de Morretes, assim como nos hotéis e pousadas existentes em Morretes. Espera-se também que a Rota da Cachaça seja introduzida no mapa turístico oficial da cidade, divulgado através do *site* da prefeitura municipal (www.morretes.pr.gov.br). Os *folders* têm caráter promocional e informativo, nos quais constarão o mapa da rota e algumas informações referentes à história da cachaça em Morretes e à Rota da Cachaça. O *folder* servirá como guia de orientação ao turista, visando um melhor aproveitamento da rota (vide apêndice I).

Futuramente poderão ser realizadas ações promocionais mais agressivas, como publicações pagas em revistas especializadas e realização de *famtour*[11] com agentes de viagens de outros estados do Brasil.

Com o objetivo de facilitar o acesso aos atrativos e divulgar o roteiro, estarão distribuídas placas contendo mapas ilustrativos da Rota da Cachaça nas seguintes posições (estratégicas do percurso): Largo Dr. J. Pereira (onde se concentra um maior número de restaurantes e turistas), em frente ao Posto de informação turística

[11] Viagem de familiarização turística.

(local onde os turistas buscam informações), bifurcação da rua Marcos Malucelli (de onde saem dois caminhos diferentes dentro da rota) e na Rua XV de Novembro, ao lado do Engenho Novo.

Como forma de auxiliar a sinalização ao longo do percurso deverão ser implantadas placas indicativas nos trechos que apresentam maiores dificuldades de localização (em relação aos alambiques). Estas placas também podem ser utilizadas como fonte de arrecadação de recursos financeiros para a Rota da Cachaça, através da venda de espaços publicitários nas mesmas. Este espaço deverá ser destinado apenas a empreendedores da região, como forma de incentivar a divulgação do produto local.

A distribuição das placas se dará da seguinte forma:

- Uma placa localizada após a bifurcação da Rua Marcos Malucelli, na metade do caminho entre a bifurcação e o Alambique Pena Jóia;
- Uma placa localizada entre a bifurcação e o Alambique do Guareski;
- Uma placa localizada entre o Alambique do Guareski e o Engenho da Serra;
- Uma placa localizada na entrada da Estrada do Anhaia;
- Uma placa localizada na frente da rua de acesso ao Engenho São Pedro;
- Uma placa localizada entre o Engenho São Pedro e o Engenho do Diquinho;
- Uma placa localizada na Rua XV de Novembro, na altura da rodoviária;
- Uma placa localizada na saída da PR-408 (acesso à BR-277).

Os prováveis parceiros para o projeto serão a Prefeitura Municipal e a Secretaria Municipal de Turismo, os proprietários dos alambiques que compõem a rota, a Associação Comercial, Industrial e Agropecuária, os restaurantes e os estabelecimentos comerciais voltados ao turismo em Morretes. Para estes dois últimos, a criação da rota é extremamente importante, pois pode vir a contribuir para que o turista permaneça por mais tempo na cidade, havendo um maior consumo de seus produtos. Além disso, a rota da cachaça pode ser responsável por atrair novos turistas, interessados nesta temática. À Prefeitura e à Secretaria de Turismo é interessante apoiar este projeto como forma de divulgar e incrementar o turismo na cidade, que é uma das principais atividades econômicas do município, a fim de

movimentar todo o setor. Aos proprietários de alambiques a rota se faz atrativa, pois, além de divulgar sua marca de cachaça, promove a vinda de potenciais compradores da bebida a seus estabelecimentos. Os hotéis e pousadas também se destacam como possíveis apoiadores do projeto, uma vez que o aumento do fluxo turístico e da permanência do turista será benéfico para este setor. Desta forma, os alojamentos turísticos possuem importante papel na divulgação e até em uma futura comercialização do produto Rota da Cachaça.

Vale ressaltar que a Rota da Cachaça é um percurso definido dentro da cidade de Morretes destinado à visita auto guiada, que se faz através das informações fornecidas pelos *folders* informativos, pelos mapas espalhados pela cidade e através das placas de sinalização.

No entanto, existem outras opções de utilização desta rota, através da criação de roteiros específicos, comercializáveis. Estes roteiros poderiam utilizar a estrutura da Rota da Cachaça, a fim de oferecer ao turista um produto pronto para ser consumido. Este produto seria interessante por não requerer esforço do turista, assim como possibilitaria o acesso aos atrativos àqueles que não possuem automóvel.

Tal opção atingiria principalmente a demanda turística proveniente de outros estados do país, assim como os turistas estrangeiros, já que estes geralmente se deslocam de outra forma que não o automóvel. Além disso, a venda de um produto pronto, que ofereça um guia especializado, se torna atrativa por seu caráter mais enriquecedor, uma vez que um guia de turismo pode complementar bastante a realização do roteiro, através dos conhecimentos que serão passados aos turistas.

No apêndice II encontra-se uma opção de roteiro de um dia, que pode ser efetivada e comercializada. É uma espécie de exercício para criação de um produto turístico vendável. Esta opção pode ser utilizada por qualquer empresa como forma de comercialização da Rota da Cachaça.

A seguir encontra-se uma previsão de custos iniciais necessários à implantação da Rota da Cachaça:

MATERIAL	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Folder	5.000	R$ 0,233	R$ 1.163,76*
Placas "Mapa"	4	R$ 300,00	R$ 1.200,00**
Placas Sinalização	8	R$ 125,00	R$ 1.000,00**
Placas nome Alambique	7	R$ 125,00	R$ 875,00**
TOTAL	-	-	R$ 4.238,76

* Valor orçado pela gráfica Optagraf./ ** Valores orçados pela Certa Placas.

Os materiais foram orçados segundo as seguintes características:

a) *folder:*

- Formato: Papel A4 (21 X 29,7 cm);
- Material: Papel *couchet* liso, 115 gr, colorido (4X4).

b) "Placas mapa":

- *Layout*: Constará na parte de cima da placa a logomarca da Rota da Cachaça; embaixo da mesma, constará o mapa, conforme o modelo apresentado anteriormente; Dimensões: 80 X 65 cm;
- Material: Plotagem (impressão) da arte em vinil, sustentada em caixa metálica, com iluminação interna e vidro frontal para proteção (*backlight*), com tubos para sustentação com medida de 2,50 X 0,80 X 0,80 m.

c) Placas Sinalização:

- Material: Placa de aço galvanizado, com tratamento anti corrosivo e aplicação de fundo em tinta automotiva. Para colocação poderá ser usado tubo de ferro de 2 polegadas; Dimensões: 50 X 80 cm (altura X largura)
- *Layout*: Os 30 cm superiores serão destinados à indicação de caminhos. Os outros 20 cm são destinados à publicidade de empreendimentos.

d) Placas Nome Alambique (ficarão nas entradas principais dos mesmos):

- Material: Placa de aço galvanizado, com tratamento anti corrosivo e aplicação de fundo em tinta automotiva; Dimensões: 50 X 80 cm (altura X largura)
- *Layout*: Logomarca da Rota da Cachaça seguida do nome do Alambique.

3.4 CONSIDERAÇÕES SOBRE A ROTA DA CACHAÇA

A condição básica para o desenvolvimento da Rota da Cachaça é o envolvimento e o comprometimento das unidades produtoras da bebida com o projeto. Esta contribuição é essencial, pois a Rota da Cachaça depende deste comprometimento para ser efetivada. Acredita-se que este não será um problema, uma vez que a maioria dos alambiques citados neste trabalho já recebem turistas e a idéia da Rota da Cachaça, quando mencionada, agradou a todos.

De acordo com os dados apresentados, verifica-se que diversos alambiques ainda não se encontram "prontos" para a efetivação da rota. Por questões de adequações necessárias no município e nos alambiques, o projeto só poderá ser levado a cabo a partir da metade do ano 2005. A seguir destacam-se as alterações necessárias à adequação dos alambiques:

NOME DA PROPRIEDADE	ALTERAÇÕES NECESSÁRIAS
Dom Henrique	Melhorar a entrada principal.
Pena Jóia	Concluir a obra, fazer um ajardinamento no local, sinalizar a entrada do alambique.
Engenho São Pedro	Pintar as paredes, fechar a área em que se encontra o alambique, criar uma área para receber os turistas.
Luís Guareski (ainda não batizado)	Concluir a obra, sinalizar a entrada do alambique.
Engenho Novo	Trocar o piso, pintar as paredes, criar uma proteção ao redor da área de fermentação da cachaça.
Engenho do Diquinho	Pintar as paredes, trocar o piso, melhorar a iluminação do galpão, destinar uma área ao recebimento dos turistas.

Como ações imediatas para a realização do projeto destacam-se as alterações propostas anteriormente. Estas reformas podem ser feitas através do capital privado (proveniente do proprietário do alambique, se este possuir condições) ou ainda através de apoio financeiro proveniente dos prováveis parceiros (já citados). Outra maneira de adquirir recursos financeiros para implantação e manutenção da Rota da Cachaça é através da oferta de espaço publicitário nas placas de sinalização (conforme citado anteriormente).

As providências necessárias à confecção dos materiais de sinalização da Rota da Cachaça, assim como à confecção do material promocional, deverão ser efetivadas concomitantemente ao preparo dos alambiques, de forma que estes elementos estejam disponíveis a partir de junho de 2005.

Pelo fato do acesso aos alambiques em geral se dar de forma bastante precária, devido às más condições das estradas em alguns trechos e à falta de sinalização, é necessária também uma melhoria nas estradas e vias da cidade. Por tratar-se de medida que requer um investimento, de valor incompatível com algumas fontes de financiamento previstas (empresários locais), não será uma das ações condicionais à implantação da Rota da Cachaça. Sua execução é uma ação que cabe ao município, que se beneficiará do previsível aumento na arrecadação tributária promovido pela Rota.

Poderá ser criado, a curto ou médio prazo, uma "Linha da Cachaça", que consiste em um ônibus especial destinado à realização da Rota da Cachaça. Seria uma espécie de Linha Turismo, a exemplo do que ocorre na cidade de Curitiba (onde existe uma linha especial de ônibus que leva os turistas nos principais atrativos da cidade). Este ônibus poderia funcionar em horários e dias pré-definidos, sendo cobrada uma taxa para sua utilização. Esta medida seria mais uma forma de incrementar o turismo na cidade, já que a linha de ônibus facilitaria a circulação turística. A implantação deste serviço, contudo, requer um estudo mais aprofundado de viabilidade.

Um aspecto bastante interessante da rota é a flexibilidade em que a mesma se apresenta. Esta flexibilidade permite ao turista uma livre escolha em relação à rota; através do mapa, o visitante define seu trajeto e decide o que deseja visitar. Além disso, a variedade de atrativos existentes no percurso permite a criação de

outros roteiros (conforme o exemplo apresentado no apêndice I). Esse é um grande forte da Rota da Cachaça, o de permitir a criação de diversos "mini-roteiros", seguindo diferentes critérios, tais como disponibilidade de tempo, interesses técnicos, proximidade dos atrativos, etc.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados apresentados ao longo do trabalho demonstram as diversas possibilidades de desenvolvimento do turismo gastronômico. Neste contexto, a cachaça figura em diversas regiões como principal atrativo turístico. Considerando o valor histórico e cultural da cachaça morreteana, torna-se evidente o seu potencial turístico, embora ele não seja devidamente aproveitado.

Diante das entrevistas realizadas com produtores de cachaça em Morretes, com proprietários de estabelecimentos do *trade* turístico e com o próprio secretário de Turismo do município, verifica-se que a proposta de implantação da Rota da Cachaça é bastante apreciada pela maioria. Isso indica que os principais envolvidos com o turismo e com produção da cachaça reconhecem e desejam aproveitar o potencial turístico da bebida.

O fato da atual produção da bebida ser incipiente – fato este apontado por Orley Antunes como um obstáculo para a efetivação da Rota da Cachaça – vem sendo superado pelas diversas ações tomadas desde o ano de 2000, tais como a criação do selo municipal de garantia de origem e a própria criação da APPCAA (Associação Paranaense dos Produtores de Cachaça Artesanal de Alambique). Estas medidas objetivam o fortalecimento da cadeia produtiva da bebida, contribuindo para o desenvolvimento do setor.

Contudo, ainda falta uma melhor estruturação no aspecto documental dos produtores de cachaça do município. A falta de um cadastro completo dos produtores dificultou a realização da pesquisa. É necessário fazer um levantamento de todos os alambiques existentes no município e caracterizá-los, criando um dossiê completo do setor produtivo da cachaça em Morretes, no qual estejam presentes as principais informações referentes aos alambiques.

Vale ressaltar que a implantação da Rota da Cachaça em Morretes também contribuirá para dar mais força ao setor produtivo da cachaça, que vem passando por uma fase de recuperação e valorização de sua tradição. O turismo representa, sob este ponto de vista, um nobre papel para a sociedade. REICHERT (2001, p. 39) reforça que *o turismo possui uma função social muito importante, já que pode*

funcionar como elemento dinamizador dos processos de recuperação das identidades e das memórias de um lugar.

Não obstante, a criação da Rota da Cachaça tende a fortalecer a atividade turística no município, através da integração de diferentes atrativos turísticos e da divulgação de algumas atrações ainda não consolidadas, como a estrada do Anhaia, que compõe o roteiro. A criação de Roteiros temáticos é uma estratégia utilizada inclusive pela Paraná Turismo para promover os empreendimentos geograficamente localizados ao longo de um caminho, estrada, rodovia, que através do roteiro podem ser comercializados conjuntamente.

A cidade de Morretes está bem estruturada para enfrentar um aumento do fluxo turístico (possível conseqüência da criação da Rota da Cachaça), uma vez que possui ampla oferta turística. Além disso, o fato do turismo ser uma das principais atividades econômicas de Morretes faz com que já exista uma "cultura" voltada à atividade, contribuindo para a qualidade nos serviços turísticos. A mão-de-obra envolvida com a atividade turística em Morretes apresenta, em sua maioria, uma qualidade satisfatória no atendimento ao visitante.

Uma dificuldade encontrada na busca por maiores informações do setor foi a falta de um inventário municipal atualizado. A atualização do mesmo é uma medida necessária, pois o inventário municipal é um instrumento importante na realização de pesquisas e projetos turísticos. No entanto, mesmo diante às dificuldades na obtenção de informações, foi possível chegar a uma caracterização do atual panorama turístico na cidade de Morretes. Isso se deu principalmente pela colaboração de algumas pessoas envolvidas com o turismo no município, que não hesitaram em auxiliar no que fosse preciso.

Através da realização dessa pesquisa foi possível identificar as atuais condições de produção da cachaça Morreteana, que auxiliou no processo de formatação da Rota da Cachaça, tanto no que tange à elaboração do roteiro quanto à verificação das alterações necessárias nas estruturas dos alambiques. Constatou-se que é viável a utilização destes alambiques para a realização do roteiro, mediante algumas alterações.

Verificou-se, inclusive, que os gastos envolvidos na estruturação do município em relação à divulgação e sinalização da Rota da Cachaça são baixos, e estes

podem ser financiados pelos parceiros da rota. Conclui-se que a Rota da Cachaça é um projeto viável sob os pontos de vista econômico e social, e sua implantação respeita os preceitos do turismo sustentável, garantindo o desenvolvimento da localidade sem degradar ou esgotar os recursos que o tornam possível.

RELAÇÃO DE ENTREVISTAS

Entrevista realizada com Deise Bezerra, coordenadora de planejamento turístico da Secretaria do Estado de Turismo do Paraná, no dia 06/10/2004.

Entrevista realizada com André Paludo, agrônomo, consultor de agro-negócios do SEBRAE-PR, no dia 14/10/2004.

Entrevista realizada com Orley Antunes de Oliveira Junior, Secretário de Turismo do município de Morretes, no dia 27/10/04.

Entrevista realizada com Adalberto Porcides, presidente da APCAA – Associação dos Produtores de Cachaça Artesanal de Alambique, no dia 27/10/04.

Entrevista realizada com Maurício Scucato, presidente da Associação Comercial, Industrial e Agropecuária de Morretes, proprietário de Restaurante Casarão e do Engenho São Pedro, no dia 27/10/04.

Entrevista realizada com Ronaldo de Oliveira, gerente do Restaurante Madalozo, no dia 27/10/04.

Entrevista realizada com Reginaldo Moura, auxiliar de fermentação do Alambique Dom Henrique, no dia 27/10/04.

Entrevista realizada com Vanessa Tonietti, vendedora da loja de artesanato Carmem Maria, no dia 27/10/04.

Entrevista realizada com Elis Esmanhoto, engenheira química, profissional responsável produção de cachaça no Alambique do Sr. Luís Guareski, no dia 18/11/04.

Entrevista realizada com Wilson Clóvis Santiago, proprietário da fábrica de bala de banana, no dia 18/11/04.

Entrevista realizada com o Sr. Carlos Alberto Gnatta, proprietário do Engenho da Serra (desativado), no dia 18/11/04.

Entrevista realizada com Evaldo José Leal, atual proprietário do Engenho do Diquinho, no dia 18/11/04.

REFERÊNCIAS

ALVES, B. **Cachaça cordel e cantador:** a cachaça na poesia do povo - uma apologia. Maracanaú: Natacha, 1991.

ARGOLO, C. Do ouro ao gengibre. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 27 abri. 2001. Economia.

ASHTON, M. S. G. **Turismo**: Sinais de cultura. Novo Hamburgo, RS: FEEVALE, 2001.

BAHL, M. **Eventos**: a importância para o turismo do terceiro milênio. São Paulo: Roca, 2003.

BAHL, M. **Viagens e roteiros turísticos**. Curitiba: Protexto, 2004.

BARRETO, C. Patrimônio histórico. In: GONÇALVES, A. B. R.; BOFF, C. (org.) **Turismo e cultura:** a história e os atrativos regionais. Santo Ângelo, RS: Venâncio Ayres, 2001.

BORGES, L. **A imigração italiana em Morretes.** Curitiba: O Formigueiro, 1990.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 2. ed. São Paulo: SENAC, 1998.

BONIN, A. A.; ROLIM, M. do C. **Hábitos alimentares**: tradição e inovação. Curitiba: UFPR, 1991.

BOULLÓN, R. C. **Planificación del espacio turistico**. México: Trillas, 1985.

CACHAÇA MAGAZINE. Marvada Pinga. São Paulo: PROPAGAR, n. 4, ago. 2003. 29 p.

CAIXETA, N. Como atrair mais turistas ao Brasil. **Exame**. São Paulo, ed. 828, ano 38, p. 20-30, 13 out. 2004.

CASCUDO, L. da C. **Prelúdio da cachaça:** etnografia, história e sociologia da aguardente no Brasil. Rio de Janeiro: Canavieira, 1968.

CASCUDO, L. da C. **História da alimentação no Brasil.** Vol 2. São Paulo: Editora da USP, 1983.

CATÁLOGO RECEPTIVO. Litoral, Paraná, Brasil. Curitiba: Paraná Turismo.

CAVAGNOLLI, S. M. **Morretes**: o passado sem ruínas. Morretes (PR): Stella Maris, 1995.

Certificação. Disponível em <www.ibd.com.br>. Acesso em: 18 out. 2004.

Comida orgânica. Disponível em <www.idec.org.br/consumidorsa/arquivo>. Acesso em: 18 out. 2004.

Dados Gerais, Mapa turístico. Disponíveis em <www.morretes.pr.gov.br>. Acesso em: 30 ago. 2004.

DIAS, R. ; AGUIAR, M. R. **Fundamentos do turismo.** Campinas, SP: Alínea, 2002.

EISENBERG, P. L. **Modernização sem mudança**: a indústria açucareira em Pernambuco, 1840 – 1910. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 1977.

FAGLIARI, G. S; MASANO, I. R. Las rutas gastronômicas. In: LACANAU, G. C.; NORRILD, J. A. **Gastronomía y turismo**: cultura al plato. Buenos Aires: CIET, 2003.

FEIJÓ, A. **Cachaça artesanal:** do alambique à mesa. Rio de janeiro: SENAC, 2001.

FERREIRA, A. B. de H. **Novo Aurélio século XXI:** O dicionário da língua portuguesa. 3 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira,1999.

Festa Homenageia a cachaça. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 04 fev. 2000. Bom Gourmet.

GABARDO, W.; OKADA, K.

GALAFASSI, F. Morretes quer voltar a ser famosa pela cachaça. **Jornal do Estado**, Curitiba, 05 fev. 2000.

GALLICCHIO, G. S. Influências da cultura: diversificação do turismo. In: ASHTON, M. S. G. (org.) **Turismo**: Sinais de cultura. Novo Hamburgo, RS: FEEVALE, 2001.

GIMENES, M. H. S. G. Perfil dos eventos gastronômicos do estado do Paraná em 2001. In: BAHL, M. (org.) **Turismo**: enfoques teóricos e práticos. São Paulo: Roca, 2003.

HUNZICKER, E. J. **Morretes e os engenhos de cachaça.** Disponível em < www.morretesnoticia.com.br >. Acesso em: 18 out. 2004.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do turismo.** São Paulo: Pioneira, 2001.

JACKSON, M. **Guia internacional do bar.** São Paulo: Abril Cultural, 1980.

Morretes desenvolve turismo com Feira Agrícola, Festa da Cachaça e Ecobeerfest. **O Estado do Paraná**, Curitiba, 14 mai. 1993.

Morretes festeja a cachaça. **O Estado do Paraná**, Curitiba, 02 fev. 2000.

Morretes prepara a Festa da Cachaça. **O Estado do Paraná**, Curitiba, 16 mai, 1993.

Municípios do estado. Disponível em: <www.paranacidade.org.br>. Acesso em: 19 ago. 2004.

PACHECO, A. O. **Manual do bar.** São Paulo: SENAC, 1996.

Paraná recebe especialistas em agricultura orgânica da América Latina. Disponível em <www.diariodamanha.com.br>. Acesso em: 18 out. 2004.

PEREIRA, M. R. M. **Semeando iras rumo ao progresso**. Curitiba: UFPR, 1996.

PETRY, A. **Realidade brasileira e cidadania**. São Leopoldo, RS: Unisinos, 1995.

REICHERT, I. C. Legado cultural e Turismo: Sobre lugares, memórias e outras histórias. In: **Turismo**: Sinais de cultura. ASHTON, M. S. G. Novo Hamburgo, RS: FEEVALE, 2001.

SAMPAIO, I. **Cheiros e sabores de Mato Grosso do Sul**. Rio de Janeiro: Saber, 2001.

SANTOS, A. V. dos. **Memória histórica:** Chrónologica Topographica, e Descriptiva da Villa de Morretes e do Porto Real. Morretes, 1851.

SANTOS, M. L. El quibe en la mesa bahiana. In: LACANAU, G. C.; NORRILD, J. A. (org.) **Gastronomía y turismo**: Cultura al plato. Buenos Aires, CIET, 2003.

SANTOS, R. I. C.; ANTONINI, B. O. La gastronomía típica de la isla de Santa Catarina- Brasil. In: LACANAU, G. C.; NORRILD, J. A. (org.) **Gastronomía y turismo**: Cultura al plato. Buenos Aires, CIET, 2003.

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

SCHULTER, R. G. **Turismo y patrimonio gastronómico**: Una perspectiva. Buenos Aires: CIET, 2003.

SOAVINSKY, P. J. Morretes vai perder o último alambique. **Folha do Paraná**, Curitiba, 24 ago. 1997.

VALSECHI, O. **Aguardente de cana-de-açúcar.** Piracicaba, SP: Escola Superior de Agricultura, 1960.

VIVEKANANDA, S. Cachaça com sabor de aventura faz turismo. **O Estado do Paraná**, Curitiba, 02 ago.1978.

WEHLING, A., WEHLING, M. J. **Formação do Brasil colonial**. Rio de Janeiro: Nova Fronteria, 1994.

APÊNDICE I – *FOLDER* DA ROTA DA CACHAÇA.

Rota da Cachaça

Morretes - PR - Brasil

Venha conhecer a

Rota da Cachaça

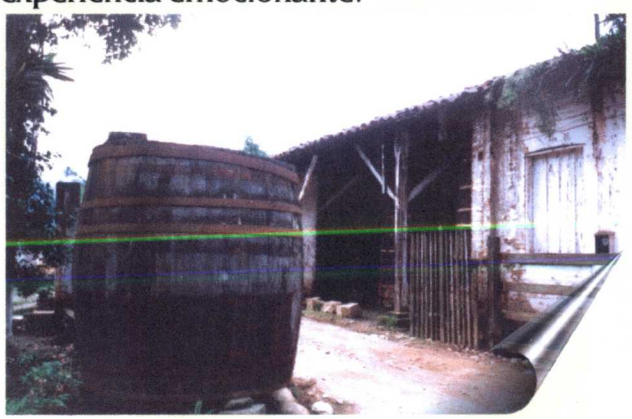
e descobrir os segredos
da produção artesanal
desta famosa bebida
brasileira.

O município de Morretes, situado no litoral paranaense, possui longa tradição na produção da cachaça artesanal. Tudo começou com o primeiro morador da cidade, João de Almeida, que no início do séc. XVIII já produzia a cachaça em Morretes. Nos anos de 1950 a produção da cachaça Morreteana atingiu seu auge. Cerca de 60 alambiques produziam a aguardente de cana-de-açúcar no município.

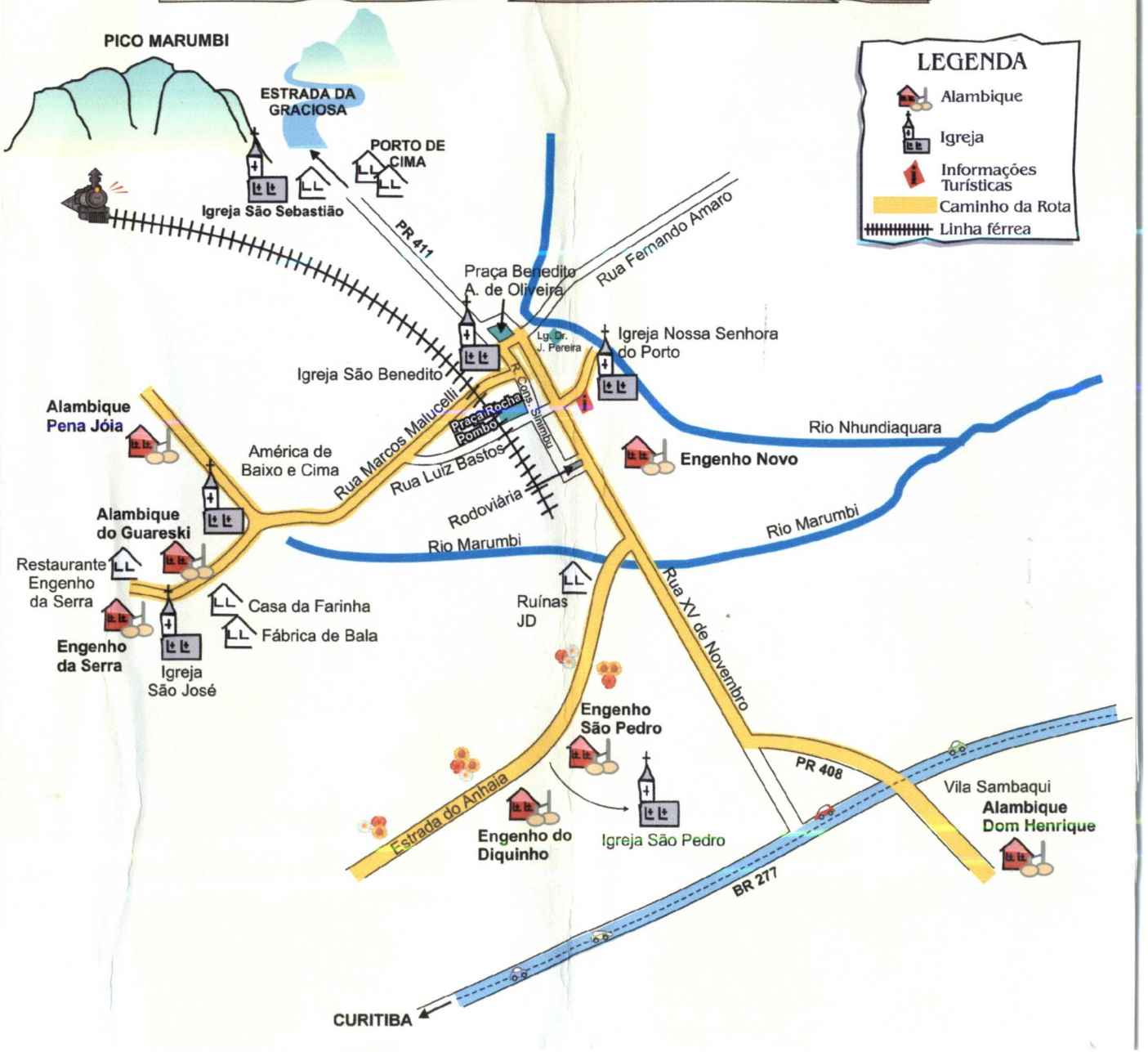
Todo este histórico faz com que a cachaça produzida atualmente tenha a tradição do passado aliado à tecnologia do presente, o que torna a bebida mais qualificada, além de rica culturalmente.

É por esta riqueza cultural que foi criada no município a Rota da Cachaça, com o intuito de possibilitar aos visitantes um maior conhecimento sobre a história da bebida e seu modo de produção.

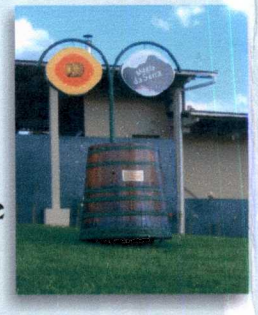
A Rota da Cachaça oferece aos turistas diversas opções de atrativos histórico-culturais, fazendo da visita a Morretes uma experiência emocionante!



Mapa da Rota da Cachaça



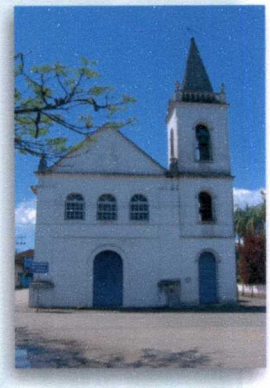
Na Rota da Cachaça você pode visitar seis produtores da bebida:



- Engenho Novo
- Engenho São Pedro
- Engenho do Diquinho
- Alambique Pena Jóia
- Alambique Dom Henrique
- Alambique do Guareski

Nestes alambiques você tem a oportunidade de conhecer o processo de produção artesanal da cachaça e degustar esta saborosa bebida.

Além destes, fazem parte do roteiro alambiques desativados e igrejas centenárias, que compõem o cenário colonial de Morretes.



COMO CHEGAR A MORRETES

Você pode chegar a Morretes através de três caminhos principais: partindo de Curitiba pela BR-277, pela BR-116 (sentido São Paulo), entrando a direita na PR-411 (Estrada da Graciosa) ou ainda pela ferrovia Curitiba - Paranaguá.

FERROVIA PARANAGUÁ/CURITIBA

Para informações sobre hospedagem e alimentação consulte o site:
www.morretes.pr.gov.br

TELEFONES ÚTEIS

- Central de Informações Turísticas: (41) 462-1024
- Estação Ferroviária de Morretes: (41) 462-1382
- Terminal Rodoviário de Morretes: (41) 462-1115
- Viação Graciosa: (41) 462-1115

APÊNDICE II – Modelo de roteiro comercializável dentro da Rota da Cachaça.

Título: Circuito histórico-cultural da Cachaça.

Este roteiro é assim denominado devido às atrações existentes no percurso – de cunho histórico e cultural -, e ao seu caráter circular (que o define como circuito).

Atrativos do Circuito

O roteiro conta com visitas a duas igrejas: a Igreja Nossa Senhora do Porto, onde o roteiro será iniciado, e breve parada na Igreja São Benedito. Durante o percurso o grupo poderá apreciar o centro histórico da cidade, além de outros atrativos localizados no itinerário, os quais serão devidamente apontados pelo guia, porém não haverá parada. Serão visitados quatro alambiques: o Alambique Dom Henrique, Alambique Pena Jóia, Alambique do Guareski e o Engenho Novo. Além destes, o roteiro contará com uma parada na área em que se encontra o Engenho da Serra. Nesta região serão visitadas, além do Engenho desativado, a Fábrica de bala de banana, a Casa da Farinha e a Igreja de São José. No momento da parada para o almoço, que será feita na praça Silveira Neto, ao lado do Rio Nhundiaquara, o grupo encontrará diversas lojas de artesanato pela região, as quais poderão ser visitadas a critério do turista.

Dias e horários para visitação

Não haverá um dia específico para a realização do roteiro, que será feito mediante agendamento de no mínimo um dia de antecedência. Se não respeitado este período mínimo, o roteiro é realizado mediante consulta, reservando-se o direito de não operar. Pelo fato de o fluxo de turista ser maior nos fins de semana, acredita-se que a procura pelo roteiro tende a seguir esta tendência. Portanto, a logística do roteiro estará mais bem estruturada durante o período de fim de semana. Contudo, certamente poderão ser agendados grupos nos outros dias da semana, de acordo com a procura.

Guias

Para um melhor aproveitamento do roteiro como um todo é preciso contar com o auxílio de um guia que conheça bem a região, a história e a cultura de Morretes. Neste sentido, buscar-se-á estabelecer uma parceria com a Associação de Condutores Agia Marumbi, que vem há mais de três anos desenvolvendo o trabalho técnico especializado a turistas que visitam as áreas naturais, históricas e culturais do município de Morretes e seus arredores. Nos alambiques o grupo será acompanhado pelo próprio funcionário do empreendimento, se houver.

Transporte

O transporte do grupo será feito de acordo com o número de pessoas participantes. Serão disponibilizadas duas opções: uma *van* e um microônibus. Deve-se contabilizar que em todas as viagens o motorista e o guia ocupam dois lugares.

Duração

O roteiro tem duração de oito horas, sendo duas horas reservada para o almoço e compras e 20 minutos destinados ao descanso do grupo durante o percurso. Serão realizadas sete paradas no total (com exceção da partida e chegada). O tempo de parada é variável, de acordo com o atrativo visitado.

Programa

Os turistas que desejarem poderão ser apanhados em seus alojamentos, conforme solicitação. Os que não desejarem, deverão comparecer às 8:50 na Igreja Nossa Senhora do Porto.

09:00 hs: O roteiro se inicia com visita a Igreja de Nossa Senhora do Porto.
09:25 hs: O grupo embarca com destino ao Alambique Dom Henrique, passando pelo centro histórico de Morretes.
09:50 hs: Chegada ao Alambique Dom Henrique. O grupo será conduzido por um funcionário do alambique, o qual demonstrará o processo de fabricação da cachaça através de visita guiada aos locais que compõem as etapas produtivas da bebida. A

visita dura em média 35 minutos. O grupo terá mais 15 minutos disponível para degustação e compras.

10:40 hs: Saída do grupo com destino ao Engenho Novo.

11:00 hs: Chegada ao Engenho Novo. Aqui é possível verificar a bebida sendo produzida anexa à loja. Serão destinados 30 minutos para que o grupo possa conhecer o alambique e fazer suas compras.

11:30 hs: Saída do grupo com destino à Igreja São Benedito.

11:45 hs: Chegada na Igreja São Benedito. Aqui o grupo permanecerá por 15 minutos, para conhecer a Igreja e bater fotos.

12:00 hs: Partida para a praça Silveira Neto. O deslocamento é de aproximadamente 5 minutos. Esta hora estará reservada ao almoço e às compras. O guia informará sobre as opções de restaurantes e comércio disponíveis na região. O grupo deverá se encontrar no local de parada às 14:00 hs.

14:00 hs: O Grupo parte em direção ao Engenho Pena Jóia.

14:20 hs: Chegada ao Engenho Pena Jóia. Parada de 30 minutos para explicações e degustação.

14:50 hs: Saída do grupo com destino ao Engenho do Guareski. O deslocamento é de aproximadamente 15 minutos.

15:05 hs: Chegada no Alambique do Guareski. Aqui o grupo poderá conhecer todo o alambique, além de apreciar a paisagem do local e degustar a cachaça. A duração da parada é de 40 minutos.

15:45 hs: Saída do grupo com destino ao Engenho da Serra.

15: 55 hs: Chegada no Engenho da Serra. Nesta região o grupo visitará o Engenho, a Fábrica de bala e a Casa da Farinha. O tempo aproximado das visitas é de 45 minutos. Outros 20 minutos serão reservados para uma parada de descanso, já que existe um bar situado em frente à Casa da Farinha.

17:00 hs: Saída do Engenho da Serra com destino a Igreja Nossa Senhora do Porto, onde se encerra o roteiro. O tempo médio do percurso é de 20 minutos. Os turistas que desejarem serão entregues em seus respectivos alojamentos.

Observações:

Os tempos de deslocamentos apresentados são aproximados, podendo haver variação;

Os turistas que desejarem almoçar em local afastado à região proposta deverão solicitar o transporte ao guia;

Nos alambiques Dom Henrique, Pena Jóia e no Alambique do Guareski encontram-se instalações sanitárias que podem ser utilizadas pelos turistas.

Comercialização

A comercialização do Circuito histórico-cultural da Cachaça poderá ser feita através de instituições localizadas em Morretes e em Curitiba. É importante haver um ponto de venda em Morretes a fim de divulgar e comercializar o produto para aqueles turistas que já se encontram na cidade. Esta distribuição se dará pela central de informações turísticas, que é um local procurado pelos visitantes que buscam informações sobre passeios, e através da operadora de ecoturismo *Calango*, especializada na recepção de turistas na cidade, oferecendo diversas opções de passeios em Morretes. Em Curitiba, principal centro emissor da demanda turística de Morretes, buscar-se-á vender o roteiro nas agências que comercializam os produtos turísticos paranaenses. Pode-se também buscar estabelecer uma parceria com a Serra Verde Express, empresa de transporte responsável pelo deslocamento de muitos turistas que vão a Morretes. Além disso, o próprio *folder* promocional (criado especialmente para este roteiro) já é um canal de venda, pois através do telefone para contato o turista pode agendar o seu passeio.

ANEXO I – RECEITA DO BARREADO

RECEITA DO BARREADO

* 5 Kg de carne (peito, paleta ou lombo)
* 300g de toucinho defumado
* 3 cebolas grandes picadas
* 1 cabeça grande de alho moído
* folhas de louro
* 1 colher rasa de cominho
* sal a gosto
* pimenta vermelha e do reino a gosto.

Ponha tudo numa panela alta, ponha o mesmo volume de água e vede com massa de farinha de trigo, farinha de mandioca e água morna. Deixe sempre em fogo baixo. Após a fervura conte 6 horas e desligue.

Deixe esfriar antes de abrir a panela. Se houver pedaços inteiros, desmanche-os com soquete (de feijão).

* Essa receita é para pequena quantidade (10 pessoas).

ANEXO II – DECRETO 4.062

Presidência da República Casa Civil Subchefia para Assuntos Jurídicos

DECRETO Nº 4.062, DE 21 DE DEZEMBRO DE 2001.

Define as expressões "cachaça", "Brasil" e "cachaça do Brasil" como indicações geográficas e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto no art. 22 do Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados ao Comércio, aprovado, como parte integrante do Acordo de Marraqueche, pelo Decreto Legislativo no 30, de 15 de dezembro de 1994, e promulgado pelo Decreto no 1.355, de 30 de dezembro de 1994, e nos arts. 176 a 182 da Lei no 9.279, de 14 de maio de 1996,

DECRETA:

Art. 1o O nome "cachaça", vocábulo de origem e uso exclusivamente brasileiros, constitui indicação geográfica para os efeitos, no comércio internacional, do art. 22 do Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados ao Comércio, aprovado, como parte integrante do Acordo de Marraqueche, pelo Decreto Legislativo no 30, de 15 de dezembro de 1994, e promulgado pelo Decreto no 1.355, de 30 de dezembro de 1994.

Art. 2o O nome geográfico "Brasil" constitui indicação geográfica para cachaça, para os efeitos da Lei no 9.279, de 14 de maio de 1996, e para os efeitos, no comércio internacional, do art. 22 do Acordo a que se refere o art. 1o.

Parágrafo único. O nome geográfico "Brasil" poderá se constituir em indicação geográfica para outros produtos e serviços a serem definidos em ato do Poder Executivo.

Art. 3o As expressões protegidas "cachaça", "Brasil" e "cachaça do Brasil" somente poderão ser usadas para indicar o produto que atenda às regras gerais estabelecidas na Lei no 8.918, de 14 de julho de 1994, e no Decreto no 2.314, de 4 de setembro de 1997, e nas demais normas específicas aplicáveis.

§ 1o O uso das expressões protegidas "cachaça", "Brasil" e "cachaça do Brasil" é restrito aos produtores estabelecidos no País.

§ 2o O produtor de cachaça que, por qualquer meio, usar as expressões protegidas por este Decreto em desacordo com este artigo perderá o direito de usá-la em seus produtos e em quaisquer meios de divulgação.

Art. 4o A Câmara de Comércio Exterior aprovará o Regulamento de Uso das Indicações Geográficas previstas neste Decreto de acordo com critérios técnicos definidos pelos Ministérios do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, no âmbito de suas respectivas competências.

Art. 5o Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 21 de dezembro de 2001; 180o da Independência e 113o da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
Sérgio Silva do Amaral

ANEXO III – DECRETO 4.072

DECRETO Nº 4.072, DE 3 DE JANEIRO DE 2002 - DOU-1-E, de 04.01.02.

Dá nova redação aos arts. 81, 91 e 93 do Regulamento aprovado pelo Decreto no 2.314, de 4 de setembro de 1997, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso VI, da Constituição, e tendo em vista o disposto na Lei no 8.918, de 14 de julho de 1994,

DECRETA:

Art. 1o Os arts. 81, 91 e 93 do Regulamento aprovado pelo Decreto no 2.314, de 4 de setembro de 1997, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 81. .....
§ 4o Caipirinha é a bebida típica brasileira, exclusivamente elaborada com Cachaça, limão e açúcar.
§ 5o O limão de que trata o § 4o poderá ser adicionado na forma desidratada." (NR)

"Art. 91. Aguardente de Cana é a bebida com graduação alcoólica de trinta e oito a cinqüenta e quatro por cento em volume, a vinte graus Celsius, obtida de destilado alcoólico simples de cana-de-açúcar ou pela destilação do mosto fermentado de cana-de-açúcar, podendo ser adicionada de açúcares até seis gramas por litro.
§ 1o Cachaça é a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, com graduação alcoólica de trinta e oito a quarenta e oito por cento em volume, a vinte graus Celsius e com características sensoriais peculiares." (NR)

"Art. 93. Rum, Rhum ou Ron é a bebida com a graduação alcoólica de trinta e cinco a cinqüenta e quatro por cento em volume, a vinte graus Celsius, obtida do destilado alcoólico simples de melaço, envelhecido ou da mistura dos destilados de caldo de cana-de-açúcar e de melaço, envelhecidos total ou parcialmente, em recipiente de carvalho ou madeira, conservando suas características sensoriais peculiares.
§ 1o O rum deverá conter no mínimo trinta por cento de destilados alcoólicos envelhecidos empregados na sua elaboração, por um período não-inferior a um ano, expressos em álcool anidro.
§ 2o O produto poderá ser adicionado de açúcares até uma quantidade máxima de seis gramas por litro.
§ 3o Será permitido o uso de caramelo para correção da cor e de carvão ativado para a descoloração.
§ 4o O coeficiente de congêneres não poderá ser inferior a quarenta miligramas e nem superior a quinhentos miligramas por cem mililitros em álcool anidro.
§ 5o O rum poderá denominar-se:
I - rum leve (light rum), quando o coeficiente de congêneres da bebida for inferior a duzentos miligramas por cem mililitros em álcool anidro;

II - rum pesado (heavy rum), quando o coeficiente de congêneres da bebida for de duzentos a quinhentos miligramas por cem mililitros em álcool anidro, obtido exclusivamente do melaço;
III - rum envelhecido ou rum velho, que é a bebida que tenha sido envelhecida, em sua totalidade, por um período mínimo de dois anos." (NR)

Art. 2o Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 3 de janeiro de 2002; 181o da Independência e 114o da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
Márcus Vinicius Pratini de Moraes

ANEXO IV – *FOLDER* DO ALAMBIQUE DOM HENRIQUE

Alambique Dom Henrique

CACHAÇA ARTESANAL

Magia da Serra

Artesanal pura e saborosa

Cuidado ecológico e qualidade artesanal

A Cachaça Magia da Serra ainda segue a tradição artesanal, com um rigoroso controle de qualidade, que mantém as características e assegura ao produto final, pureza e sabor inigualáveis.

São fabricados no Alambique Dom Henrique dois tipos de cachaça: Consumo Imediato (branca-prata) e Reserva Especial (amarela-ouro). A produção anual é 100.000 litros. O cuidado na produção da Cachaça Magia da Serra tem início na seleção da cana e no corte adequado. As variedades usadas são escolhidas pela adequação ao solo, características de manejo e textura.

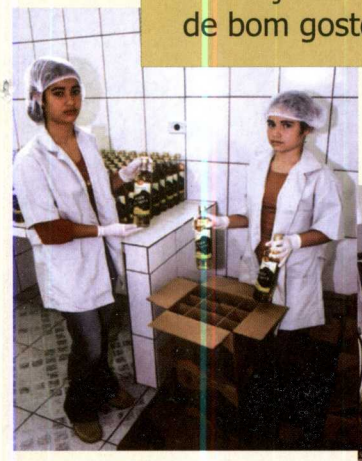
O cultivo é elaborado dentro das mais rigorosas normas ambientais no plantio, capina, corte e rebrota.

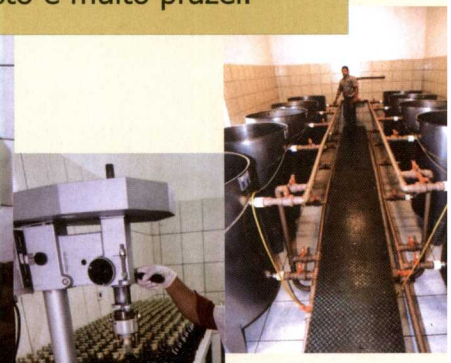
A adubação é orgânica utilizando o vinhoto, o bagaço da destilação e a colheita se processa manualmente.

A Fermentação ocorre com leveduras naturais e na Destilação, um processo rústico em alambique de cobre, são eliminadas a "cabeça" e a "cauda, somente a parte nobre, o "coração", é aproveitado.

A limpidez e transparência de seu líquido mostram uma cachaça pura e cristalina, sem envelhecimento em madeira.

Cachaça de qualidade é sinônimo de bom gosto e muito prazer.





Outra parte da produção é armazenada em tonéis de madeira (Carvalho, Jequitibá, Amburana, Castanheira e Amarelo do Pará) em temperatura e locais adequados. Esse processo, chamado de Envelhecimento, deve durar no mínimo 1 ano. Após esse tempo, a cachaça adquire sabor mais apurado, aroma mais rico e cor amarelo-ouro.

Com requintes de uma bebida nobre, como exige o consumidor de paladar apurado.

Sabores Magia da Serra

Pura ou com frutas. Gelada ou natural.
Magia da Serra destilada, pura e branca, dá mais sabor a coquetéis e caipirinhas de frutas.
Magia da Serra envelhecida, pura e nobre, ideal para aperitivo e como digestivo após as refeições.
Você escolhe a maneira mais prazerosa de degustar a Cachaça Magia da Serra. Sempre uma ótima opção.
No inverno e no verão.

Caipira de Maracujá Magia da Serra

Polpa de maracujá azedo
Suco de laranja
Gelo à vontade
Açúcar ou adoçante
1 dose de Magia da Serra

Misturar todos os ingredientes.
Servir em copo alto, enfeitado com uma fatia de laranja. Tim-Tim!

A história da bebida de cana-de-açúcar é antiga. Suas andanças foram registradas em locais distantes como Egito, Grécia, Roma e Oriente Médio. Curou moléstias e aliviou dores. Passou por mãos de leigos, sacerdotes e alquimistas. No Brasil, a cana-de-açúcar chegou com os portugueses em meados do século XVI e aqui se adaptou perfeitamente. E não é por acaso

que a cachaça faz parte da cultura popular e da história econômica do Brasil. De Norte a Sul. No tempo do Império, a cachaça tornou-se moeda de troca no negócio escravocrata e mais tarde símbolo de resistência ao domínio de Portugal.

Na memória oral do povo até hoje seu nome é invocado como sinônimo de uma atividade prazerosa. Quando alguém diz que "isso é uma cachaça" é porque é bom demais. Citada em livros e cantada em verso e prosa, a "branquinha"- um de seus muitos codinomes - foi ganhando mais popularidade como "champanha da terra", até invadir, com sabor e charme, bares, restaurantes sofisticados, clubes de degustação, e conquistar fiéis consumidores no Brasil e no exterior. Dessa bebida, tipicamente brasileira, existem mais de 5000 marcas espalhadas pelo país. Muitas delas ainda seguem o ritual artesanal, como a Cachaça Magia da Serra, que alia à tradição um rigoroso controle de qualidade.

A Cachaça Magia da Serra é produzida artesanalmente no Alambique Dom Henrique, aos pés da imponente Serra da Prata, em Morretes, litoral do Paraná. Uma região histórica e turística com longa tradição na produção de cachaça, de solo rico e gente hospitaleira.

Magia da Serra

Produzido e engarrafado por:
Alambique Dom Henrique Ltda.
Vila Sambaqui s/n - Morretes - Paraná

CNPJ: 05.466.087/0001-00
Ins. Est.: 90273057-57
Registro do Produto no Ministério da Agricultura nº: PR-09179.00001-5
Fone: (41) 415-1118
E-mail: magiadaserra@onda.com.br

Armazenada em Tonéis de Madeira

INDÚSTRIA BRASILEIRA