

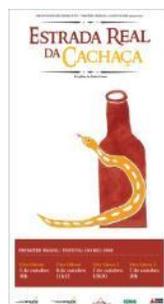


Geografias da Cachaça



imagens do Brasil e paisagens dos alambiques em Paraty - RJ

Gabrielle Mesquita Alves Rosas





UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS



Gabrielle Mesquita Alves Rosas

Geografias da Cachaça

imagens do Brasil e paisagens dos alambiques em Paraty - RJ

Monografia apresentada ao Instituto de Geociências da Universidade Estadual de Campinas, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Geografia.

Orientador: Eduardo Marandola Jr.

Março
2012

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA POR
CÁSSIA RAQUEL DA SILVA – CRB8/5752 – BIBLIOTECA “CONRADO PASCHOALE” DO
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS
UNICAMP

R714g Rosas, Gabrielle Mesquita Alves, 1986-
Geografias da cachaça: imagens do Brasil e
paisagens dos alambiques em Paraty – RJ / Gabrielle
Mesquita Alves Rosas-- Campinas,SP.: [s.n.], 2012

Orientador: Eduardo José Marandola Jr.
Trabalho de Conclusão de curso (monografia) -
Universidade Estadual de Campinas, Instituto de
Geociências.

1. Geografia humanista. 2. Geografia cultural – Paraty (RJ)
3. Cachaça. 4. Imaginário. 5. Paisagem. I. Marandola Jr.,
Eduardo, 1980- II. Universidade Estadual de Campinas,
Instituto de Geociências. III. Título.

Informações para a Biblioteca Digital

Título em inglês: Geographies of cachaça: images of Brazil and landscapes of stills in Paraty – Rio de Janeiro

Palavras-chaves em inglês:

Humanist geography

Cultural geography – Paraty (RJ)

Cachaça

Imaginary

Landscape

Área de concentração: Análise Ambiental e Dinâmica Territorial

Titulação : Bacharel em Geografia

Banca examinadora:

Eduardo José Marandola Jr. (Orientador)

Wenceslao Machado de Oliveira Junior

Vera Lúcia dos Santos

Data apresentação : 12-03-2012



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS



Autora: Gabrielle Mesquita Alves Rosas

Título: Geografias da cachaça: imagens do Brasil e paisagens dos alambiques em Paraty - RJ

Orientador: Eduardo Marandola Jr.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Eduardo Marandola Jr. (FCA/Unicamp) – Orientador

Prof. Dr. Wenceslao Machado de Oliveira Junior (FE/Unicamp)

Prof. Dr. Vera Lucia dos Santos (CEATEC/PUCCAMP)

Campinas, 12 de Março de 2012.

Dedico esta monografia à Mari, ao Richard e ao Du. Pessoas lindas que (me) encantam e deixam a vida mais leve. Viraram minha " Família êh! Família ah! Família! [...] Papai, mamãe, tia... ". Sem vocês teria sido impossível!

AGRADECIMENTOS

Esta monografia é mais um passo no caminho que resolvi percorrer. Quando criei meu roteiro de viagem com destino à graduação planejava conhecer o universo. Procurei no curso de filosofia o que eu imaginava ser o conhecimento base de todas as ciências, não o encontrando resolvi explorar a Universidade à minha maneira, tentando nunca esquecer o motivo principal que me trouxera até aqui, a curiosidade de entender as diversas (formas de fazer) ciências. Neste processo de descoberta de mundos, precisei de (e tive!) muita liberdade para poder circular por diversos caminhos a fim de construir o meu próprio. Por isso, meus agradecimentos se dirigem tanto às pessoas que me incentivaram a caminhar quanto àquelas que encontrei no percurso, sem as quais jamais estaria ainda caminhando por ele.

Agradeço à Maria da Graça Mesquita Alves que sempre fez o possível e o impossível por mim, tendo percorrido o caminho que sempre desejou me inspirou liberdade e por isso sempre respeitou minhas próprias escolhas,

à Danielle Mesquita Alves Rosas que por várias vezes abdicou de sua própria liberdade para garantir a minha;

à Mandy (Amanda Carneiro), à Leh (Alessandra de Blasis), ao Guh (Gustavo Frederico) e à Bo (Livia Vieira) que neste anos todos me deram suporte e liberdade para conversar-mundos, sonhar-vidas e projetar-desejos de maneira espontânea e sem cobrar futuros...

à Mari Santos e à Lari Lisboa pelo incentivo à liberdade de descobrir a si mesmo e de experienciar o novo, ao Anderson do Nascimento e ao Richard (Ricardo César Fabrício) pelo incentivo ao livre debate de ideias e pela reflexão de como é também liberdade às vezes desistir, ao Júlio Perin e ao Jiló (Felipe Lima) pelo incentivo à liberdade de ser quem se quer ser e também de ser quem se é, ao Flávio Ferreira e ao Lucas Melo pela liberdade de defender as próprias idéias, à Dani Lins, à Ro Carrilo e ao Germano Scarabeli pelo livre gostar sem interesses, ao Saulo Folharini pelas gentilezas cotidianas, ao Zéti (José Tiago Cardoso) pelos divertidíssimos papos e poderosas dicas, ao Luiz Henrique Passador pessoa foférrima que sempre tem uma história pra contar e um ouvido atento que me traz tanto conforto;

à **M-10**, casa que com o espírito da antiga **A-10** me libertou de diversas (e desnecessárias) amarras sociais, à **Carol Pinho**, ao **Luiz Gustavo Julião**, à **Fátima Juliana Marsula**, ao **Gabriel de Barcelos** e o ao pessoal do **KY_group** (**Marília**, **Kleyton**, **Thiago** e **Bruna**) pelas leves risadas e livres conversas, ao **Du Ceconello** pelos “belos encontro” que me fizeram perceber que a liberdade de fazer outras geografias nos faz ler também outras histórias; ao **Wander de Paula** e à **Eliana Sumi** pela atenção que sempre deram à sua “bixete” e pela liberdade de discutir outras filosofias;

à **Fernanda de Paula** pela inspiração de liberdade no incentivo ao começar de novo, ao **Daniel Joseph Hogan** pelo incentivo à liberdade de estudos que chegou até mim através do **Eduardo** e do nosso grupo de estudos, aos **geohumanistas**, pela liberdade de compartilhar novos conhecimentos e de poder ter dúvidas sem medo de perguntar, à **Lúcia Helena Gratão** pela inspiração de liberdade no livre-percorrer acadêmico e em especial ao **Eduardo Marandola Jr.** professor-orientador-amigo que inspira liberdade em todos os sentidos, de pensar, de caminhar com as próprias pernas, de ouvir e compreender o outro; pessoa sem a qual meu livre-caminhar no universo acadêmico se não fosse impossível, seria infinitamente mais difícil;

aos professores que iluminam seus alunos com a própria vontade de conhecer e pesquisar, determinados a fazer pensar mais do que explicar e dar porquês, libertam por ensinar autonomia: **Regina Célia da Silva**, **Eduardo Marandola Jr.**, **Inês Joekes**, **Paulo Guimarães**;

agradeço também ao professor **Francisco Ladeira** e à secretária de graduação **Jô (Josefina Steiner)** pela paciência e disponibilidade em me explicar detalhes burocráticos durante o processo de mudança de curso;

aos quatro anos e meio de iniciação no **NEPO** que me fizeram observar os “bastidores da ciência”, dando oportunidade de conhecer pesquisadores como **Ricardo Ojima**, **Leo Mello**, **Conceição (Maria Conceição Silvério Pires)** e **Zoraide Amarante** num contato que pode parecer trivial mas que faz toda diferença;

agradeço também ao **André Diniz**, mineiro cuja empolgação com o tema me fez ter certeza de que essa era uma viagem possível e ao **Vinicius Francisco**, por conseguir (de maneira fina-elegante) uma cópia do filme **Estrada Real da Cachaca** quase um ano antes de sua estréia.

Poética

*Estou farto do lirismo comedido
Do lirismo bem comportado*

[...]

*Quero antes o lirismo dos loucos
O lirismo dos bêbados
O lirismo difícil e pungente dos bêbados
O lirismo dos clowns de Shakespeare.*

- Não quero mais saber do lirismo que não é libertação.

MANUEL BANDEIRA

ROSAS, Gabrielle M. A. **Geografias da cachaça**: imagens do Brasil e paisagens dos alambiques em Paraty – RJ, 2012. 76p. Monografia (Bacharelado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

RESUMO

É comum encontrar referências à cachaça rotulada como produto tradicional do Brasil. Sua presença é obrigatória em festas populares como as juninas. Rituais religiosos, comemorações, músicas e poemas exaltam essa brasilidade da cachaça. Essa imagem chega até nós através de propagandas, literatura e até de desenhos animados. A cachaça enquanto obra de uma cultura, é ao mesmo tempo memória de um saber criado em determinado lugar e imagem que de forma simbólica expressa essências deste lugar. Imagem é formulação que se baseia na experiência, já que com todos os sentidos compreendemos o mundo. Na criação e interpretação de imagens lançamos mão de todos estes, e não só da visão. A repercussão dessas imagens se dá através da linguagem, forma de transmitir nosso conhecimento intuitivo em base compartilhável e acessível ao outro. Realçando a perspectiva humana, o mundo é nossa trajetória inscrita nos lugares, é *grafia* (escrita) da *geo* (terra). Essa geografia é conjunto de formas e padrões, fruto do trabalho do homem nos lugares, que podem ser lidas e entendidas como cultura. Assim, as paisagens são o acúmulo destas escritas sobre determinado lugar. Desta forma, procuramos por *grafias* da cachaça. Escolhemos Paraty (RJ) como lugar de estudo, destacam-se na cidade as paisagens dos alambiques, produtores de sua famosa cachaça artesanal. Nessas paisagens observamos alambiques que recriam cenários tradicionais com finalidade turística e, ao contrário destes, há os simplesmente produzem a cachaça mantendo a tradição. A cachaça está inscrita nesses dois padrões de paisagem, porém, cada um deles tem uma forma e instaura um ritmo diferente onde estão estabelecidos.

Palavras-chave: geografia humanista cultural, experiência geográfica, imagem, imaginário e paisagem.

ROSAS, Gabrielle M. A. **Geographies of cachaça**: images of Brazil and landscapes of stills in Paraty - Rio de Janeiro. 76p. Monograph paper (Bachelor's degree in Geography) – Institute of Geosciences, State University of Campinas, Campinas.

ABSTRACT

It is easy to find *cachaça* “labeled” as a traditional product of Brazil. It is a remarkable presence in Brazilian festivals such as June parties. This Brazilianness of *cachaça* is exalted by Religious rituals, celebrations, songs and poems. Its image comes to us through advertisements, literature and even cartoons. *Cachaça* as a work of one culture is at the same time, a memory of knowledge from a certain place and image that express essential elements of this place. We understand the world with the all senses, so image is a mental formulation which is based on experience. To create and interpret images we use not only the sight. The spread of the images is made by language, way of transmitting our intuitive knowledge on a shareable and accessible groundwork. Emphasizing the human perspective, the world is our path inscribed in places, it is *graphia* (writing) of *geo* (earth). This geography is a set of shapes and patterns as a result of human work in places that can be read and understood as culture. Thus, our landscapes are the accumulation of these writings inscribed in particular places. Therefore, we looked for this these writings of *cachaça*. Paraty (Rio de Janeiro) was our place of study; we have highlighted its stills that produce the famous handmade spirit as the landscapes of *cachaça*. In this these landscapes we observed that some stills go back in past and create traditional scenes for tourism purposes and, unlike these, others are simply a kind of still that produces *cachaça* keeping the tradition of the drink manufacture. *Cachaça* is inscribed in these two patterns of landscape, however, each one has a different shape and establishes a different pace where they are.

Keywords: cultural humanist geography, geographical experience, image, imaginary, landscape.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Nuvem de palavras sobre o que as pessoas pensam das bebidas rum, cerveja, vinho, vodca, whisky e tequila	17
Figura 2 – Nuvem de palavras sobre o que as pessoas pensam da Cachaça	21
Figura 3 – Alambiques produtores de cachaça artesanal em Paraty	55
Figura 4 – Nuvem de palavras das principais ideias sobre cachaça antes dos campos	72
Figura 5– Nuvem de palavras das imagens que predominam depois dos campos	73

SUMÁRIO

CACHAÇA E GEOGRAFIA.....	1
1. BRASIL, CACHAÇA, ESTRADAS REAIS E PARATY	10
1.1 Cachaça e o rótulo de “bebida tradicionalmente brasileira”	10
1.2 Estradas Reais e Paraty	23
1.3 Degustando lugares, experienciando a cachaça	29
1.3.1 Sobre a metodologia de pesquisa	33
2. SE A GEOGRAFIA ESTÁ EM TODO LUGAR, PORQUE NÃO REALÇAR O COTIDIANO? – PAISAGENS E EXPERIÊNCIA GEOGRÁFICA	36
2.1 Experiência geográfica no contexto da Geografia Humanista Cultural.....	38
2.2 Paisagens enquanto grafias do cotidiano	43
2.3 Paisagem, cultura e cotidiano	46
3. PAISAGENS DA CACHAÇA EM PARATY.....	53
3.1 Os alambiques, o lugar e as paisagens do lugar.....	54
3.2 O antigo Festival da Pinga e o novo Festival da Cachaça, Cultura e Sabores	63
3.3 Paisagens tradicionais do Turismo	67
GEOGRAFIAS DA CACHAÇA.....	71
REFERÊNCIAS	76

CACHAÇA E GEOGRAFIA

O garçom serve ao refinado cliente uma bebida exótica, refrescante, cujo nome ambos mal conseguem pronunciar. “Kay-peer-wrinha”? “Yes, sir, ‘Caipirinha’”, diz ele, ao servir o famoso coquetel que não faz nada mais nada menos do que abrir as noites daquela estação local. Estamos na Catalunha, no eleito por cinco vezes o melhor restaurante do mundo.

RENATO FIGUEIREDO

Foi com alguma surpresa que lemos o parágrafo acima, afinal, um restaurante internacionalmente famoso que tem como opção de cardápio a caipirinha nos faz pensar que de fato a fama desse nosso *drink* seja maior do que imaginávamos. Sentimento semelhante nos bateu quando em 2008, nas mesas do Restaurante Administrativo da Unicamp ouvíamos uma conversa de um alemão com seus amigos do Brasil e da América Latina. O tema da conversa era justamente a caipirinha. O alemão dizia que ela era uma bebida muito valorizada na Alemanha e que em um dos bares que frequentava pagou nove euros por uma caipirinha feita de Pitú¹. Neste momento, um dos brasileiros se revoltou e disse que era um absurdo pagar tamanha quantia por uma caipirinha, ainda mais feita de Pitú. O alemão argumentou que não via problemas em pagar tal quantia, afinal era de fato um bom *drink*. Entre uma fala e outra um dos *hispanohablantes* sentados à mesa começou a falar de uma bebida feita de anis estrelado que era muito comum na Colômbia. Esta conversa nos estimulou a pensar as bebidas típicas de diferentes países. A escócia com seu *whisky*, a Alemanha com sua cerveja, o México e a tequila, o saquê do Japão, os vinhos da França...

Naquele momento nos pareceu tão óbvio que cada país tivesse sua bebida própria que os pensamentos que decorreram disso nos fizeram relacionar geografia e

¹ Pitú é uma marca de aguardente industrial que costuma ser muito barata. O preço baixo da bebida faz com que ela “não seja vista com bons olhos”, especialmente para aqueles que estão acostumados a ver nos bares mais badalados *drinks* feitos com bebidas importadas, a maioria feitos com *vodka*. Apesar disso, segundo o próprio site da marca, a Pitú é a aguardente mais exportada do Brasil, tendo como principal destino a Alemanha. (Engarraffamento Pitú Ltda. **PitúBrazil**. http://www.pitubrazil.com/#/pitu_no_mundo/?sub=1).

cachaça. Claro! Afinal não era esta a bebida nacional? Carregada de significados, em especial o de ser um sabor tipicamente brasileiro? Parecia tão óbvia a conexão geografia e cachaça, porque não estudar tal temática?

A cachaça foi produzida pela primeira vez em terras brasileiras, apesar da técnica de destilação já ser conhecida por Portugal e de outras colônias portuguesas já plantarem cana-de-açúcar. Há registros da cachaça antes mesmo do início da produção do rum – que tem processo de produção semelhante ao da cachaça – no Caribe (CÂMARA, 2004). Parece um bom motivo para ser considerada brasileira. O próprio nome cachaça é uma criação brasileira, seria um nome de uso comum ao povo (CASCUDO, 1986, p. 19-20) o qual não se encontra registros nos livros até as Cartas Chilenas de Tomaz Antonio Gonzaga (CÂMARA, 2004, p.16). A própria bebida era tida como vulgar, reproduzindo o registro de Pyrard de Laval (navegador francês) sobre sua visita a Salvador em 1610, Cascudo (1986, p.15) escreve “Faz-se vinho com o suco da cana, que é barato, mas só para os escravos e filhos da terra”.

Citando estudo intitulado “Aspectos Sociais de Luanda Inferidos dos Anúncios”, Cascudo mostra como a instalação de engenhos no Brasil, por ter se dado cedo em sua história, criou aparente aura de “competência profissional” aos brasileiros. Em anúncio de 1851 um brasileiro residente no sul de Angola oferecia serviços para “levantar engenhos de açúcar, tanto tocados por água, como puxados por animais, que se acha apto para o fabrico de açúcar, aguardente e tudo quanto diz respeito a agricultura e factura dos ditos engenhos” (CASCUDO, 1986, p.37).

Além disso, ao longo da história a cachaça foi reivindicada algumas vezes como símbolo de nação que estava sendo criada. Este é o caso da Revolta da Cachaça; da evocação feita por poetas escritores e artistas modernistas; da dita comemoração pela independência feita por Dom Pedro I com cachaça; da diferenciação feita perante outras bebidas que circulavam no reino, quando era chamada “aguardente da terra”.

Fazer um trabalho sobre as geografias da cachaça parecia uma ótima ideia, mas de que forma relacionaríamos geografia e cachaça? Alguns seriam os caminhos possíveis para um estudo geográfico da cachaça: mapear a produção nacional, pensando diferenças

entre lugares que produzem as pingas artesanais ou as aguardentes industriais para mercado interno e/ou externo seria um exemplo, ou, à semelhança do vinho, fazer uma pesquisa que levasse em conta as diferenças dos lugares que a produzem, tais como tipo de solo, clima e técnicas de produção que, partindo dos lugares, diferenciassem os produtos produzidos seria outro exemplo (SOMMERS, 2010). Outra forma também possível de pensá-la seria entendê-la como parte de nossa paisagem cultural, lembrando que em diferentes contextos ganha significado diferente, nos remete a certas imagens, certas práticas/rituais cotidianos e produz tantos e desconhecidos “bons entendedores” que possuem diversas receitas, sabem diversas histórias e apontam a(s) verdadeira(s) formas de se tomar uma boa cachaça.

Paul Claval afirma que a cultura é um campo comum para as ciências humanas e que cada uma delas tende a abordá-la de maneira diferente. O olhar do geógrafo porém não dissocia os territórios dos grupos que os organizam e o vivem, as diversas formas de manipular o espaço faz o peso da cultura ser decisivo e assim se pergunta:

como os homens percebem e concebem seu ambiente, a sociedade e o mundo? Por que os valorizam mais ou menos e atribuem aos lugares significações? Que técnicas os grupos adotam, no sentido de dominar e tornar produtivo ou agradável o meio onde vivem? Como imaginaram, atualizaram, transmitiram ou difundiram seu *know-how*? Quais são os elos que estruturam os conjuntos sociais e como são legitimados? De que maneira os mitos, as religiões e as ideologias contribuem para dar um sentido à vida e ao contexto onde ela se realiza? (CLAVAL, 2007, p.11 – grifos no original)

Estes questionamentos fazem menção a uma diferença no entendimento do espaço, para o geógrafo este não é o mesmo que o abstrato espaço do geômetra: “é o azul do céu, [...] é o vazio do deserto, [...] é o espaço glacial da banquisa, o espaço tórrido do Turquestão, o espaço lúgubre da landa sob a tempestade [...] a areia que fustiga, as fornalhas naturais, o vento que uiva” (DARDEL, 2011, p.8).

Nossas leituras em Geografia Humanista Cultural foram a porta de entrada deste percurso guiado pela temática da cachaça. Esta abordagem nos permite a exploração do tema justamente por se preocupar em revelar dimensões do vivido, destacando que a produção do conhecimento se dá em um mundo de ações e emoções. Diferentes composições em diferentes lugares alteram essa produção na qual a própria preocupação se

volta para as heterogeneidades da existência e para as relações que criamos cotidianamente nos ambientes.

Amorim Filho (2006) afirma uma pluralidade na geografia que permite discussões em variadas temáticas e abordagens fruto mais de princípios gerais com consenso geográfico do que de uma orientação teórico-metodológica específica; este consenso parece existir desde as etapas formadoras da geografia. Esta pluralidade é também marca da corrente humanista e cultural, já que visa análise holística para pensar ambientes e humanidade em conjunto.

Desta forma, a cultura pode ser uma das formas de abordar um lugar e apesar do interesse pela cultura em geografia não ser novo, o *cultural turn* contemporâneo faz a geografia cultural na atualidade ser mais importante do que foi no passado (CLAVAL, 2002). Já que tanto as tentativas de unificação metodológica entre as décadas de 1950 e 1970 em nome de um paradigma² e preocupações excessivas com a extrema fragmentação epistemológica das últimas décadas trouxeram desumanização e desnaturalização para a atividade geográfica (AMORIM FILHO, 2006).

Tanto a tendência de unificação quanto a extrema fragmentação são frutos de reflexões que se abateram sobre todas as ciências. A “crise dos paradigmas” que atingiu seu auge nos anos 1960 quando a objetividade e racionalidade científicas são questionadas (bem como seus aspectos ideológicos), opuseram ciências naturais e ciências sociais em “paradigma quantitativo” e “paradigma qualitativo”. Na busca por alternativas ao positivismo, muitas são as correntes que foram rotuladas qualitativas, porém, concluir que estas correntes tem mesma tradição, pressupostos e metodologias é criar uma ilusão de homogeneidade e uma falsa oposição quantitativo-qualitativo (ALVES-MAZZOTTI; GEWANDSZNAJDER, 1998).

² Numa visão reducionista do que seriam as ideias de Thomas Kuhn, paradigma seria um supermodelo que fornece regras sobre o que cientistas de determinada disciplina deveriam investigar e seus melhores métodos, porém, esta ideia sugere um tipo de “evolução” nos levando a pensar a ciência enquanto série de estágios que aos poucos vão sendo aprimorados e substituídos por outros “mais evoluídos”. Uma ideia evolutiva como esta não se sustenta contemporaneamente, o que se constata é uma pluralidade de pensamentos e práticas coexistentes e relevantes para pensar a disciplina como um todo (AMORIM FILHO, 2006).

A corrente epistemológica da geografia humanista é fruto dessa dissidência que buscou alternativas ao positivismo no período pós anos 1960, já a geografia cultural é de origem mais antiga e tem suas bases na geografia tradicional e vem sendo renovada assim como outras correntes que ao invés de permanecerem estanques em paradigmas dogmáticos, passaram a adotar novas e atualizadas técnicas e metodologias a fim de lidar melhor com a complexa realidade empírica – os processos de relativização e desconstrução contemporâneos são essenciais tanto para a abertura a novas correntes quanto para a flexibilização das tradicionais (AMORIM FILHO, 2006).

E se a geografia humanista surge como alternativa ao positivismo, ela se encontra com a geografia cultural tradicional no sentido de primar por um olhar humanizado, expondo a perspectiva que está por trás da sistematização científica.

Por isso, podemos dizer que uma orientação humanista não é um sistema fechado de metodologias a serem seguidas, o humanismo em geografia é uno no sentido de agrupar perspectivas que se voltam ao mundo como expressão de nossa existência, explicitando sentidos geográficos dessa existência,

a perspectiva humanística na Geografia deveria recusar-se a ser delimitada, nomeada ou apropriada por estruturas faustianas [...] o humanismo deveria mais apropriadamente ser considerado fermento na massa, e não um pão específico do smorgasbord do esforço geográfico. O élan emancipado, recuperável inclusive a partir das tradições ocidentais, poderá capacitar a própria Geografia a se comportar como fermento para massa da ciência e das humanidades contemporâneas. O renascimento do humanismo clama por excelência nos campos específicos do conhecimento assim como se preocupa com o quadro como um todo (BUTTIMER apud MELLO, 2005, p.38).

Pensar o mundo como expressão de nossa existência envolve um esforço de pensarmos um espaço existencial, diferente do espaço representativo da Física. A realidade material é estranha quando não explicitamos os sentidos que doamos ao organizar e constituir o ambiente no qual vivemos. Numa tentativa de encontrar semelhanças compartilhadas nesta existência, investigar a experiência é um forma possível de nos aproximarmos do que seria o mundo, já que entre imagens que formamos deste e a materialidade que o baseia é na experiência que essa conjugação *aparece* enquanto fenômeno.

Como forma de entender a dinâmica da existência e experiência humana através da exploração e compreensão de significados e valores humanos, a fenomenologia surge como um dos métodos que nos permite formulações sobre como o sujeito conhece o mundo. É na relação sujeito e objeto que se apresenta o fenômeno mundo, e o caráter ontológico desta empreitada permite que a geografia se aproprie deste método para a compreensão deste espaço existencial (MARANDOLA JR, 2005a; MARANDOLA JR., 2005b; DE PAULA, 2010).

E desta forma, baseados nestas leituras, nos aproximamos do nosso objeto de estudo – a cachaça, tentando refleti-la dentro das dimensões do vivido, nem mapeando ou contabilizando produções mas explorando aspectos como as imagens da cachaça, a brasilidade dessas imagens, lugares construídos pela cachaça e suas paisagens na perspectiva humanista.

Associada a um lugar, a bebida parece nos remeter a certas situações, certas paisagens nas quais seu consumo e produção são muito mais que simples relações mercadológicas. São práticas cotidianas ligadas a um certo modo de vida de um certo lugar: *manifestações de cultura*.

Pensando as relações cachaça e cultura, lugares e bebidas voltamos ao restaurante na Unicamp e à conversa do alemão com o brasileiro. Seria mesmo um absurdo pagar tal quantia por uma caipirinha? Por que para o alemão era tão boa a nossa caipirinha? A cachaça parecia ter significados diferentes para o brasileiro e para o alemão. Que reflexões podemos fazer sobre esses diversos significados? Será que estas diferenças poderiam nos dizer algo sobre nossa própria cultura? Na conversa que ouvimos, as imagens da cachaça pareciam se alterar pelo lugar de origem de cada um dos meninos.

E qual a diferença de falar em cachaça, vodca, soju, saquê, cerveja, vinho, cauí, hidromel...? Bebidas alcólicas podem nos dizer muito sobre uma sociedade. As formas como são produzidas, a estratificação social dos que as usam ou dos que a fabricam, parte essencial dos ritos cultuadores dos deuses. Quando ouvimos histórias da Grécia Antiga, há sempre quem possa nos lembrar da importância do vinho e de sua relação com o

Dionísio. Diferentes bebidas pertencem a diferentes esferas sociais, as de uso corriqueiro podem ser desprezadas, enquanto aquelas de produção mais elaborada podem ser até moeda de troca. Os modos de beber, o que é proibido ou não na hora do consumo também expressam facetas da organização de determinada sociedade (FERNANDES, 2004).

Segundo Fernandes (2004, p.2),

quando pisaram no solo que se tornaria o território brasileiro, os europeus encontraram sociedades nativas que tinham, em suas bebidas alcoólicas e em suas formas específicas de embriaguez, um espaço crucial para a expressão de suas visões de mundo e para a realização de eventos e práticas centrais em suas sociedades e culturas. Estas formas nativas de experiência ética estavam, muitas vezes, em flagrante contradição com aquilo que os europeus consideravam como forma correta de relacionamento com o álcool e ebriedade.

As cerimônias éticas dos índios desafiavam a nascente estrutura de poder portuguesa, “possuídos por força demoníaca” as bebedeiras selvagens dos indígenas instabilizavam os mecanismos de controle europeu. Um embate de mundos se dava naquele momento, as duas lógicas mentais e práticas sociais distintas criadas em lugares distintos e cultuadas por milênios, entraram em choque. Manter a tradição de sua autonomia espiritual fez com que os europeus criassem estereótipos dessas identidades étnicas facilitando a elaboração de discursos que justificassem o domínio europeu (FERNANDES, 2004).

Mesmo dentro da utópica sociedade de *Admirável mundo novo* o modo como as pessoas tomavam o *soma*, era profundamente revelador, a necessidade de manter as pessoas sempre satisfeitas com as impostas condições a cada casta fazia com que a droga fosse imprescindível à manutenção da sociedade civilizada. Aldous Huxley em prefácio ao seu livro pondera sobre a necessidade de acharmos um substituto menos nocivo e mais prazeroso que o álcool, já que “a realidade, por mais utópica que seja, é algo de que as pessoas precisam tirar férias com bastante frequência” (HUXLEY, 1983, p. 13).

Se o álcool e as drogas são capazes de revelar tanto sobre uma sociedade, que será que um estudo sobre a cachaça pode nos revelar sobre seu lugar de origem?

Ao perscrutar usos e costumes podemos abordar uma organização territorial, culturas que se diferenciam justamente por se manifestarem de maneira específica

em diferentes lugares. Num trabalho que se orienta por leituras geográficas de inspiração fenomenológica acredita-se que a tensão existente entre a essência do lugar e as diversas formas com que elas podem ser reveladas, nos faça falar de paisagens que apesar de terem sido percebidas por nós, sejam paisagens que possuam ligação com a paisagem construída sob outras perspectivas, justamente porque são baseadas no lugar.

Uma das primeiras perguntas que poderíamos fazer é: E o que há de tão brasileiro na história da cachaça?

Segundo Anderson (apud BERG, 2008, p. 753) uma nação é uma comunidade imaginada pois seus membros nunca conhecerão, encontrarão e nunca ouvirão falar da maioria dos outros membros da mesma nação, ainda assim, eles compartilharão de símbolos comuns que os identificam e lhes dão unidade. Certos símbolos são apropriados e se apresentam, por exemplo em brasões, bandeiras e hinos nacionais tornando-se parte dos atributos da paisagem, do imaginário do lugar (BERG, 2008).

A cachaça se apresenta também como um símbolo brasileiro. E uma das formas de abordar este símbolo brasileiro seria através de suas imagens, aproximação que fazemos no item 1 - *Brasil, cachaça, estradas reais e paraty*, no qual exploramos o imaginário de brasilidade que há nas referências sobre a cachaça. Neste item também abordamos as relações existentes entre estradas reais e a cachaça. Em nosso esforço de relacionar imaginário e paisagem o atual circuito Estrada Real apareceu como lugar onde a bebida deixou seus rastros, seja em 2009 quando pela primeira nos aventuramos a seguir as pistas que as imagens da cachaça nos deram aportando na pequena cidade de Presidente Bernardes (antiga Calambau) – cidade mineira conhecida pela produção de cachaça que supria o mercado de Ouro Preto, Mariana e São João del Rey já no século XVIII (PEIXOTO, 2010); seja em 2011 quando escolhemos Paraty (RJ) como destino apropriado para a realização de um trabalho de campo.

Entre a exploratória viagem a Calambau, que contou com percursos via Estrada Real, e a programada visita a Paraty encontramos um elo que acabaria por guiar

nosso olhar, em 2010 tivemos acesso a um documentário produzido por Pedro Urano intitulado *Estrada Real da Cachaça*.

Nossas discussões sobre imagens da cachaça nos levaram à busca destas imagens na paisagem. Para isto, uma discussão sobre como concebemos a paisagem tornou-se necessária. Numa perspectiva humanista a paisagem é uma construção baseada em nossa experiência de mundo, o desenvolvimento desta reflexão encontra-se no item 2 - *Se a geografia está em todo lugar, porque não realçar o cotidiano? – paisagens e experiência geográfica*.

Por fim, ao procurarmos por marcas da cachaça na paisagem – pelas *grafias* da cachaça, descrevemos o que encontramos em Paraty no item 3 - *Paisagens da cachaça em Paraty*. Entendendo a paisagem enquanto *inscrições* que fazemos no mundo e que pode ter diversas leituras a depender da perspectiva, tentamos explicitar como se deu esse nosso contato com as *escritas* (grafias) da cachaça neste lugar, expondo-as como quem *legenda* a experiência a fim de compartilhar com linguagem comum os aspectos intersubjetivos da constituição das paisagens da cachaça em Paraty.

Os lugares tradicionais e interioranos pareciam ser a chave da busca da pesquisa, porém, nossa viagem segue um percurso que nos leva a inscrições da cachaça em outros lugares, tais como os arrajados e remontados cenários turísticos. E onde se encontram as imagens da cachaça nas paisagens que esta escreve? Seriam diferentes as imagens se o movimento de pesquisa fosse outro? Apesar das diversas grafias das cachaça nas paisagens, a brasilidade de sua imagem parece ser uma constante. Nossa investigação parte então desta característica para dar início à nossa viagem rumo a descoberta de geografias, escritas pela cachaça.

1. BRASIL, CACHAÇA, ESTRADAS REAIS E PARATY

A cachaça é uma das mais belas e autênticas expressões da cultura brasileira.

MARCELO CÂMARA

1.1 Cachaça e o rótulo de “bebida tradicionalmente brasileira”

É comum encontrar referências à cachaça rotulada como produto tradicional do Brasil. Essa imagem chega até nós através de propagandas, literatura e até de desenhos animados, como é o caso do episódio intitulado “Aquarela do Brasil” no qual o personagem Zé Carioca apresenta o Rio de Janeiro para o Pato Donald. Belezas naturais com animais coloridíssimos são apresentadas ao lado dos mais famosos lugares turísticos do Rio, mostrado como terra do samba, com direito à hospitalidade do “abraço forte do carioca” e música de Ary Barroso na criação do que seria um típico cenário brasileiro da época. Sabemos que este desenho é criado em período no qual o governo dos EUA, como parte da chamada política de “Boa Vizinhança”, visava estreitar relação com os países da América Latina (THOMPSON, 2004). Apesar disto, é interessante notar como os estereótipos que aparecem no desenho refletem as imagens que são atribuídas aos brasileiros no exterior (neste caso em particular nos EUA, mas obviamente imagens veiculadas pelo mundo todo de várias formas e por vários meios, especialmente se pensarmos no tipo de alcance que possuem os desenhos da Disney).

Durante as andanças de apresentação à cidade maravilhosa, os personagens dançam ao longo das ondas que formam o padrão característico das calçadas de Copacabana até chegarem a um bar onde o Zé Carioca apresenta a Cachaça ao Pato Donald. Imaginando ser bebida refrescante, o Pato Donald a toma em um só gole e, como efeito colateral da aguardente, cospe fogo que acende o charuto do papagaio e começa a soluçar de forma ritmada, fato que faz o Zé Carioca se aproveitar do ritmo para criar um novo samba.

Eis aí a cachaça enquanto bebida de pessoas fortes, de mulher macho (sim senhor!), água que passarinho não bebe, algo que não é para qualquer um: é a tal da *marvada* que faz mal aos que desobedecem certos ritos, certas maneiras de tomar. Mas, para aqueles que sabem aproveitá-la, podem com ela alcançar estágios alegres, nos quais é fácil por exemplo, criar um samba de um simples soluço.

Este efeito da *aqua ardens* nos lembra um trecho da célebre obra de Mário de Andrade, quando Macunaíma vai ao terreiro de Tia Ciata para se vingar do gigante Piaimã levando “o garrafão de pinga obrigatório” sendo lá a primeira vez que provou “o cachiri temível cujo nome é cachaça. Provou estalando com a língua feliz e deu uma grande gargalhada” (ANDRADE, 1973, p.76).

Há então este efeito magnético, uma atração pela cachaça que faz Marcelo Câmara³ dizer que o embate entre homem e bebida é um encontro, um diálogo eficaz, prazeroso que no momento da degustação acalma o espírito, repousa órgãos, funções e tecidos, otimiza a sede e o desejo conduzindo à satisfação (CÂMARA, 2004, p.68). É a cachaça que dá energia, que dá ânimo, tira a dor... Na música de Sérgio Reis, *Pinga ni mim*, a dor é espantada por ela. Com versos de quem sofre por amor, a música diz: Pra aumentar o meu castigo/Meu amor brigou comigo/Me deixou na solidão/Por incrível que pareça/Ela fez minha cabeça/Estou morrendo de paixão/Para curar o meu despeito/Vou meter pinga no peito... (REIS, 2000).

Camara Cascudo⁴ afirma que o século XVI é o da exaltação da cachaça que era *eam-de-vie*, remédio para todos os males, solução universal. “Ainda hoje a cachaça serve para tudo e mais alguma coisa, aquece, refresca, consola, alimenta, alegra, revigora” (CASCUDO, 1986, p.21).

Uma conhecida expressão, “esta é minha cachaça”, mostra o quanto a cachaça é presente em nosso imaginário justamente por ser frase que se diz em qualquer

³ Cachaçólogo, escritor e degustador profissional.

⁴ Ilustre historiador, antropólogo, e dentre outras denominações, advogado e jornalista dedicado ao estudo da cultura brasileira.

outro contexto menos o do mundo da cachaça, dos cachaceiros, dos bares e outras situações diretamente relacionadas ao consumo da bebida. A presença marcante no cotidiano fez algum dia a predileção por algo em especial transformar-se numa simbólica expressão, capaz de dizer como é esse gostar, bem como sua profundidade.

Cachaça também guarda certa relação com o mundo caipira, é parte da culinária, de músicas, usada em simpatias e no fabrico de remédios caseiros (CASCUDO, 1986). Inezita Barroso, expoente da música caipira, canta em a *Marvada pinga*, as peripécias da moça que adora beber (BARROSO, 2001). Em sua “ode à pinga” vários são os motivos para o trago: estar com calor, estar com frio. É o que a oferecem quando chega numa festa no Rio Tietê, festa da qual sai carregada “de braço dado com dois sordado”. As diferentes quedas que leva por conta da bebedeira ou a súplica do marido parecem não mudar seu gosto, ela continua a beber diversos tipos de pinga, da mesma forma que a cantiga popular, “bebo da branca, bebo da amarela, só não bebo da roxa porque não inventaram ela”.

No caso da música *A cachaça e o fumo*, de Dino Franco e Mouraí, canta-se o “causo” da conversa entre a fumaça do cigarro fumado e a cachaça tomada pelo caipira e ouvida perto do coração: “A pinga com imponência contou sua procedência/disse que era interiorana/Dizia pra sua amiga/eu sou de família antiga/minha mãe se chama cana/Eu nasci numa engenhoca e gosto desses boboca/que me beija toda hora/Mas quem comigo se ilude vai perder sua saúde/e morrer antes da hora” (FRANCO; MOURAÍ, 2007).

Festas populares como as festas juninas contam com a presença da cachaça. Sobre festas juninas, Zúlmira Nobrega comentando sobre a festa de nome “Maior São João do Mundo” apresenta texto de jornal sobre o cenário do evento, o autor se admira pelo fato da estrutura da festa contar com riqueza de detalhes que a faz parecer um museu transportado de uns oitenta anos atrás, porém, diferentemente de um museu, ali naquela festa tudo funciona de verdade. Dentre os diversos elementos descritos como integrantes da *bodega* que serve comidas e bebidas da festa, lá está a cachaça.

Nas prateleiras: cachaça de cabeça, diferentes marcas de aguardentes, cachaça com raízes, refrigerantes da época e outras bebidas, grande parte delas hoje raras no mercado. No chão, sacarias de grãos (arroz, feijão, milho) e farinha de mandioca, cestas com frutas, legumes. Além de artigos juninos, balões, bombas e fogos de

artifício, por se tratar de um estabelecimento tradicional em pleno funcionamento no festivo mês de São João (NÓBREGA, 2010, 76).

Célia Lucena em estudo sobre sociabilidade e significado em festas sustenta que estas são celebrações da vida onde se *re-animam* identidades e se faz um recorte seletivo do passado para ser rememorado pelas novas gerações. Analisa a festa enquanto algo que deixa a vida diferente, um espaço passível de observar relações, conflitos, igualdades e diferenças na interpretação do *outro* e das maneiras de estar junto numa sociedade. No caso de festas como a congada, a comida serve como sistema de trocas ou partilha de conhecimentos. Afirma ainda que comemorações em geral exigem comida, que às vezes é esbanjada como forma de demonstração de respeito e admiração aos participantes. Sobre festas da época do Brasil Colônia ela aponta:

A cachaça, ao lado da comida desde os tempos da colônia, fazia parte integrante das celebrações religiosas e profanas, das comemorações, das festas dos santos, dos ritos fúnebres e celebrações familiares. Nas festas coletivas a embriaguez parece tolerável, assim, a bebida propicia desinibição e companheirismo (LUCENA, 2008, p.108).

A *re-animação* de identidades através da ritualização nos lembra o conhecido ritual de “dar uma pro santo” – que consiste em despejar um gole da bebida no chão fazendo menção à alguma divindade que se acredita – com ritos africanos de culto aos antepassados. Em estudo sobre o ensino de História da África no Brasil, o historiador Anderson Oliva traz citação que nos parece muito interessante para pensar o assunto:

Muitos povos africanos desenvolviam o culto aos antepassados. Os parentes mortos eram adorados como deuses por seus familiares, que acreditavam que os espíritos podiam ajudar ou perturbar o cotidiano dos vivos. Por isso, era comum jogar-se um pouco de bebida na terra para que o espírito do parente morto pudesse beber e se alegrar (SCHMIDT apud OLIVA, 2003, p.452).

Este ritual que parece ter origem africana, ao chegar no Brasil foi provavelmente modificado, englobado pelo novo contexto onde ora estava inserido. Um ritual que se tinha (ainda pode ter) conotação religiosa, hoje pode ser observado junto ao consumo de lazer, em festas ou bares. Em reportagem o jornalista Edson Borges, que realizou estudo sobre cachaça e religiões, afirma que o costume de “dar um gole pro santo” tem outra origem, greco-romana. Teria sido originado num ritual chamado *libação*, uma

oferenda aos deuses para que eles enchessem os lares de felicidade, harmonia e fartura e que teria chegado ao Brasil junto com os colonizadores portugueses⁵.

Em ambas referências, a bebida é servida aos deuses como forma de alegrar e pedir felicidade, retomando no oferecimento efeitos que a própria bebida causa. A palavra libação, do latim *libatione*, ligada ao ato de beber mais por prazer do que por necessidade, era também entre os pagãos um ritual religioso que consistia em derramar um líquido de origem orgânica (vinho, óleo, azeite e etc.) como oferenda a qualquer divindade (FERREIRA, 1986, p.1027).

Um ritual que aponta para origens portuguesas e também africanas parece poder ser rotulado de tradicionalmente brasileiro. Independente da origem, os registros vêm de passado distante. De fato, a bebida acompanha o homem desde muito tempo, frutas que azedavam e fermentavam ao serem consumidas deviam proporcionar sensações que se perpetuaram. A tradição grega, em uma das histórias de descoberta do vinho, conta sobre um pastor, *Stafilos*⁶, que estando a serviço do rei Eneias percebeu que uma de suas ovelhas ficou feliz ao comer uvas e tratou de esmagar o fruto da vinha para recolher seu suco, inventando desta forma o vinho (GAUTIER, 2011, p. 16).

Assim como em sua origem mítica o vinho parece ser obra do acaso, a cachaça também tem um mito que a torna invenção fortuita. Para fazer melado é necessário mexer o caldo de cana no fogo até que surja uma certa consistência. Diz-se que escravos cansados de mexer pararam o serviço e o melado desandou. Para evitar castigos de seus senhores esconderam o melado e este se tornou azedo (fermentado). No dia seguinte, misturando o melado azedo com o novo caldo que seria fervido observaram que durante a fervura um vapor subia e condensava nos telhados e depois caía em forma de gotas. Quando o líquido pingava (e daí o nome pinga) nas costas feridas dos escravos estas ardiavam e por isso passou a se chamar “água-ardente”. Quando pingava em seus rostos e escorriam até a boca,

⁵ **Por que é costume dar cachaça pro santo?** Disponível em:
<<http://noticias.terra.com.br/educacao/vocesabia/interna/0,,OI1866826-EI8402,00.html>>

⁶ Em grego, *stafilos* quer dizer cacho de uva (GAUTIER, 2011).

deixava os escravos mais alegres e com vontade de dançar, assim, sempre que desejavam retornar a esse estado, repetiam todo o processo⁷.

Desde sua criação a cachaça fez muito sucesso, assim como diz o poema de Mário de Andrade no seu *Os enfemismos da cachaça*:

Corre um dito pelo país todo,
confirmando que só tem duas “nações”
que não bebem, sino e ovo.
Sino, porque tem a boca p’ra baixo
e ovo porque já está cheio
(ANDRADE apud CAMARA, 2004, p. 18).

O diferencial da cachaça é sua graduação alcóolica, a técnica da destilação aumenta os aproximadamente 12% de álcool conseguidos nos processos de fermentação para 38%, 45% e até 54% de álcool a 20°C (CAMARA, 2004, p. 40). Segundo Cascudo, isso é que fez o sucesso da cachaça na África, afirma ainda que em diversos lugares a cachaça destronou vinhos habituais. Com tamanho mercado consumidor, explica-se o aumento da produção e aumento de número de alambiques no Brasil à época. Moeda de troca do tráfico de escravos, tem influência até em cultos negros de Cuba, onde o *catimbó* brasileiro é indispensável no preparo de qualquer amuleto ou feitiço eficiente (CASCUDO, 1986, p.48). Cascudo fala ainda da extensão da fama da cachaça pelos Andes, Nova Zelândia e, obviamente, por todo território nacional.

Por ser considerada essencialmente brasileira, será referenciada pelos modernistas. Oswald de Andrade, por exemplo, em sua poesia ligada ao movimento Pau-Brasil incorpora elementos populares até então não tratados em poesia, seguindo conceitos já expostos em seu Manifesto da Poesia Pau-Brasil, no qual buscou uma identidade e cultura verdadeiramente brasileiras através da representação de características do cotidiano popular e

⁷ Este é um texto que circula pela internet com créditos para o Museu do Homem do Nordeste da Fundação Joaquim Nabuco. Porém, não é fato verídico, Marcelo Câmara afirma que a versão não tem fundamento histórico ou científico. Atenta para a falta de lógica de partes da história, na qual, por exemplo, um país tropical não poderia ver condensar naturalmente vapores que saíssem do melado ou que a palavra “aguardente” foi criada antes da criação da cachaça para designar outras bebidas já existentes, logo, nada teria a ver com a ardência dos pingos nas costas dos escravos. Diz ainda que as senzalas nunca foram lugar de produção de melado, açúcar ou cachaça (CÂMARA, 2008a). Mas se torna interessante notar como a história circula como se fosse verdadeira, são reproduzidas em diversos sites como se fossem uma história oficial com direito a uma fonte confiável. É mensagem destas que são bem produzidas e reevidadas por email. O conteúdo explicativo e generalizante da origem da cachaça a torna um mito, uma história que repetida várias vezes parece de fato tornar-se parte da imagem da cachaça.

das paisagens brasileiras. No conjunto de poemas chamado *Poemas da Colonização* faz referência à colonização brasileira, criticando a escravidão e incorporando mitos e lendas do Brasil Colônia e da cultura africana. Usando linguagem simples que aproxima a poesia da fala. No poema *Relicário* destaca uma absorção da cultura popular pela elite, nos versos é o Conde d'Eu quem diz para Dona Benvinda (destaque para o uso do nome popular) *Que farinha de Suruí/Pinga de Parati/Fumo de Baependi/É comê, bebê, pitá e caí.*

É importante ressaltar os elementos populares na cultura, farinha, pinga e fumo, bem como os próprios lugares interioranos, Suruí, Parati e Baependi, além da mudança e transcrição da realidade lingüística, comê, bebê, pitá e caí. Estes elementos são defendidos pelo “Conde d'Eu”, o que cria a ironia e demonstra a superficialidade das relações eruditas, uma vez que historicamente aquilo que era considerado erudito já defendia o popular (LEITE, 2004, p. 6).

A despeito dos que dizem que cachaça é coisa de cachaceiro, Cascudo recorda vários relatos do século XIX de autores como Saint-Hilaire que registrou não ter visto um único homem embriagado durante suas longas viagens, apesar de a cachaça ser a aguardente do país, ou do naturalista Wied-Neuwied que afirmou “sóbrios como todos os brasileiros”, ou ainda o relato do médico George Gardner que permaneceu dois anos no Rio de Janeiro e depois explorou o Brasil passando por diversas regiões e quando voltou a Liverpool disse ter visto na manhã em que chegou mais ébrios nas ruas do que tivera visto em toda a sua estadia de cinco anos no Brasil. Cascudo afirma que por sermos herdeiros dos portugueses não vemos as bebedeiras “com bons olhos” já que eram consideradas infâmia por eles. Apesar disso, somos herdeiros de uma tradição de comilanças. O ato de comer em excesso era acompanhado do culto a água fresca, fato que destoava do culto à ingestão excessiva de bebidas alcólicas. Partindo dessa conclusão, descreve como os dois imperadores foram abstêmios e fala das manias exibicionistas dos artesanatos cerâmicos, dos copos de prata e copázios de um litro e meio usados pelos cavaleiros para pegar água direto da fonte sem descer do cavalo (CASCUDO, 1986, p.33-35).

Sobre a imagem negativa relacionada à cachaça, a do cachaceiro, Cascudo revela que estes cabras fortes a bebem como forma de lidar com a ambivalente “frustração e realidade opressiva”, é a “fuga do eterno desajustado, hóspede de todas as culturas” (CASCUDO, 1986, p.44).

coincidentes que nos permitem comungar mundos, mesmo com a imaterialidade contida na interpretação destes. Essa intersubjetividade permite a comunhão de uma imagem primordial presente na obra, na linguagem intersubjetiva há então um compartilhamento dessa essência da imagem que age tanto nos autores da obra, quanto naqueles que a observam.

As imagens trazem algo de essencial pois pensamos simbolicamente, contudo, expressar essa essencialidade através das palavras é difícil devido a estrutura da linguagem que devemos obedecer. Douglas Davies, em artigo que compõem o livro de Cosgrove e Daniels *The iconology of landscape* conta como na história do Ocidente o pensamento é marcado pelas vozes ativa e passiva, assim, “eu vejo uma árvore” ou “a árvore é atingida por um raio” expressam uma noção de causalidade do modo de pensar que é muito simplista para pensar teorias do simbolismo. Davies afirma que para falarmos de simbolismo devemos presumir que sujeito e objeto estão num sistema mútuo de informações desde o início do pensamento. Assim, mais que reduzir voz ativa e voz passiva a uma mera antítese, sujeito e objeto se mantém integrados se as vozes são entendidas como fatores iguais no processo de “simbolização”. A arena simbólica envolve então aquele que pensa, o objeto pensado e a mediação da imaginação histórica e cultural que integra o ato da reflexão simbólica.

Thus symbols are not arbitrary. They possess a peculiar appropriateness arising from their historical significance and their physical features. Very often symbols are what might be called a physical manifestation of ideas. They aid the process of gaining access to and of manipulating otherwise abstract concepts like those of kinship, manhood, womanhood, self-sacrifice, and so on. Symbols demand attention, they stimulate thought to produce new levels of association, they also afford a publicly accessible means of sharing concepts which are otherwise abstract or idiosyncratic (DAVIES, 1988, p.33).

Ao dizerem as primeiras palavras que lhe vinham à mente, associando inesperadamente duas palavras (expressão inspiradas nas imagens) à cada bebida, os entrevistados estariam entrando em contato com esse mundo criador, expondo algo de essencial (primordial) associado a cada uma delas. Assim, as palavras coincidentes seriam uma amostra de como as interpretações podem ser concordantes. Examinemos as nuvens.

No caso da tequila, a palavra México é bem maior que todas as outras ditas, mostrando como é forte a lembrança da origem da bebida. Já no caso do rum, seus *drinks* ganham destaque, “cuba libre” e “mojito”, o principal ingrediente da “cuba libre” a coca-cola tem alguma relevância, assim como a principal lembrança das pessoas, o pirata. A associação rum-pirata nos faz pensar em como as lendas estão presentes no imaginário mesmo sem haver confirmação sobre a veracidade do fato. No caso da vodca, da cerveja e do vinho a atenção parece estar voltada ao lugar de consumo da bebida, a vodca seria bebida de balada, da época da faculdade, que se consome com energético e está associada a duas marcas que constantemente nos aparecem nos comerciais, porém, parece ligada a contexto específico, talvez, a vodca não esteja tão inserida no cotidiano dos brasileiros como a cerveja e o vinho.

A cerveja parece ser a bebida do churrasco com os amigos, o termo gelada a associa ao calor e à praia e também ao futebol, e de algum modo ao dia, já que vemos a associação com a palavra sol. O vinho parece ser a bebida oficial do jantar romântico, do namoro. Ao contrário da cerveja, se associa ao frio, a uma situação para fugir do frio (lareira), à noite, de algum modo à mulher (talvez poderíamos fazer oposição à cerveja que faz certa alusão a uma ideia de masculino). A nuvem do vinho parece trazer menos palavras coincidentes que as outras nuvens, talvez porque o vinho não seja ligado a uma situação específica, mas a várias, como podemos ver no caso das palavras filme, reunião, comida. Mas, mesmo assim as palavras ressaltam certas características comuns como a de criar clima romântico, de ser *chic*, gostoso e saboroso. Quando se pensa vinho, se pensa no vinho tinto, em dois lugares de origem, Itália e França, nas uvas e seus vários tipos, bem como nas comidas associadas ao consumo: massa, queijo e fondue.

No caso do *whisky*, incrivelmente a palavra pai aparece em destaque, seria uma bebida característica de pais? O consumo da forte bebida com gelo (em oposição ao consumo puro ou *comboy*) aparece em festa especial como a formatura, consumida por homens e associada a marcas também muito veiculadas na mídia, a origem da bebida também tem algum destaque, Escócia.

A pesquisa que deu origem às nuvens foi feita com pessoas de 25 a 30 anos pertencentes à classe A, alterações na faixa etária ou na faixa de renda das pessoas

entrevistadas alteraria parte dos resultados, porém, apesar dos possíveis resultados, muitas das palavras lembradas, especialmente as mais citadas, provavelmente continuariam as mesmas, já que as leituras de mundo têm algo de pessoal e algo de coletivo. Essa interação que une imaginário coletivo à imagem individual pode ser observada em respostas como as que relacionam o rum aos piratas, associação comum na literatura, televisão e cinema mas não propriamente ligada a histórias oficiais ou a registros *reais* desta vinculação.

A cachaça também foi tópico perguntado na pesquisa, podemos ver na Figura 2 as palavras associadas à cachaça. Dentre as associações possíveis a que mais se destaca é o famoso *drink*, a Caipirinha. Em situação semelhante à do México, na qual a coincidência de respostas faz com que a palavra se torne muito maior que as outras ditas, a caipirinha parece ser a primeira associação que se faz com a Cachaça. Porém, Brasil e Minas Gerais ganham destaque também. Ao invés de estar associada a um lugar de consumo como o churrasco da cerveja, o jantar do vinho ou a balada da vodka, está associada ao Brasil como um todo e a Minas Gerais em específico.

Chama atenção também as palavras cachaceiro, pinguço e bêbado que se encontram também com tamanho notável, mostrando que foram repetidas várias vezes. Se considerarmos que essas três palavras pertencem ao mesmo universo, ou seja, pensando que cachaceiro não indica aquele que produz cachaça mas sim o bêbado, o pinguço, podemos imaginar que somadas as respostas essas palavras seriam possivelmente tão grandes quanto a palavra caipirinha. Apesar de aparecerem palavras que remetam aos efeitos ruins do consumo excessivo de álcool nas outras nuvens tais como ressaca, enjôo ou vômito, nenhuma das outras bebidas têm suas imagens associada à pessoa que consome de modo excessivo a mesma, como é o caso da cachaça. Destaca-se então um sentido negativo no imaginário da cachaça, associada diretamente àqueles que, seja por qual motivo for, são viciados nela.

Todavia, hoje parece haver um sentido de mudança, uma certa valorização que eleva a cachaça ao patamar de *whisky* brasileiro. No exterior a imagem da cachaça não tem mitos que a estigmatizem, por isso, seu valor é de aproximadamente dez vezes mais que o valor que possui no mercado interno. Seria a construção do mito de *Brazilian brandy* que significa o próprio espírito do Brasil, alegre e próximo ao do futebol, do carnaval e do samba. Essa valorização no exterior parece gerar uma minimização da estigmatização no Brasil, fato que é bem apropriado pelas empresas de bebida, especialmente as mais novas que investem em comerciais “que mostram jovens bonitos, bem vestidos, em lugares atraentes, bebendo cachaças industriais quando se sabe que eles não são o público alvo desse tipo de cachaça” (SILVA; MELLO, 2010, p.13). Podemos observar isso no padrão de garrafas para exportação, na apresentação de cachaças que se pretendem finas e “limpas” com selos de qualidade e do ministério da agricultura (bem diferentes das tradicionais pingas envasadas em garrafas de cerveja ou aquelas que contam com rolha para tampá-las) com direito a cantis de metal, de cerâmica e outros adereços para vendê-las e as expor em feiras especiais como a ExpoCachaça e outros grandes festivais da Cachaça.

Em 1997 foi criado o Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Cachaça, iniciativa das próprias destilarias que em 2000 passa a ser apoiado pela Agência de Promoção de Exportações. Incentivando essa boa imagem da cachaça no exterior em 2001 o governo federal cria uma lei que define que cachaça é produto exclusivamente produzido no Brasil (OSSE, 2002). A produção da cachaça passa a ser regulada por decreto sendo o

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 [...]

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 [...]§ 1º O uso das expressões protegidas "cachaça", "Brasil" e "cachaça do Brasil" é restrito aos produtores estabelecidos no País [...] (BRASIL, 2001).

A reportagem da Folha de São Paulo aponta que já em 2002 as vendas da cachaça haviam sido multiplicadas por cinco, passando de 197 mil litros em 1997 a 11

milhões de litros (OSSE, 2002). A criação do Programa e da Lei parecem ter feito bastante diferença no volume de exportações. Isto certamente influencia a imagem da cachaça, não só no exterior, mas internamente ao país. São fatores que estimularão novos discursos sobre a cachaça, misturando-se aos já tradicionais e conhecidos.

Então, entre conotações positivas que vendem o Brasil no exterior e conotações negativas, estamos falando ainda de Brasil. Em seu guia prático Marcelo Câmara reproduz a pergunta:

O que devo ler para conhecer a história da cachaça? – eu respondo: leia o Brasil, principalmente a história do Povo Brasileiro, que começa com a pré-história desse mesmo povo, a primeira guerra que esse povo fez, a Confederação dos Tamoios, contra a invasão portuguesa. Para saber da cachaça há de se conhecer a trajetória do povo, da nação brasileira. Se alguém estudar a nossa formação social, econômica, política, estará conhecendo os caminhos da cachaça: as narrativas dos viajantes estrangeiros que por aqui passaram ou viveram, os documentos da nossa população e comércio, a inteligência dos nossos historiadores, tudo está impregnado com o rústico perfume da cachaça, com a tropical ardência da nossa gloriosa pinga (CÂMARA, 2004, p.19).

E é procurando conhecer a história da Cachaça que chegamos a Paraty. Dentre a leitura dos *Brasis* existentes, pelos caminhos da Estrada Real chegamos a um lugar tradicionalmente produtor. A mudança de foco de Calambau para Paraty é menos um desvio de percurso e mais uma viagem conduzida pela Estrada.

1.2 Estradas Reais e Paraty

Pedro Urano em seu *Estrada Real da Cachaça* nos conduz por uma viagem no espaço e no tempo, buscando a ancestralidade da cachaça em Minas Gerais. A Estrada Real é apresentada com seus residuais caminhos e com as memórias daqueles que vivem nas cidades ligadas por estes caminhos (URANO, 2008). Referindo-se às tropas que iam para o interior com produtos aportados no Brasil e voltavam ao litoral com o ouro para a Europa, um senhor comenta: “a estrada foi feita *para* o ouro, mas foi feita *pela* cachaça”. Dizia que dos vários burros que seguiam na tropa, dois ou três iam com carga cheia de cachaça.

A ligação que o documentário faz entre cachaça e a Estrada Real, nos fez buscar um lugar de estudos que fizesse parte desses caminhos. Afinal, se a “estrada foi

construída pela cachaça” um estudo que buscava pensar a bebida através de seus significados e sua relação com certos lugares, certamente poderia se voltar para a estrada para investigá-la.

Dentre os lugares possíveis para a realização de um campo, Paraty foi o escolhido por possibilitar uma série de diálogos, seja com relação ao presente, seja com relação ao passado. Uma das primeiras acepções de Paraty no dicionário é justamente cachaça. Segundo dicionário Houaiss, “Parati” é um brasileirismo informal para cachaça ou aguardente de cana. *Paraty* é a forma histórica da palavra (HOUAISS; VILLAR, 2001, p. 2131). A tradição na produção da mesma, tornou a cidade sinônimo de boa cachaça. Registros como o de Aluísio Azevedo em *O cortiço*, “tragava dois dedos de parati para cortar a friagem”, confirmam o uso como sinônimo de cachaça (FERREIRA, 2004, p. 1492 – grifos no original).

A história da cidade e a história da cachaça parecem estar entrelaçadas, por exemplo, a Associação de Produtores e Amigos da Cachaça de Paraty (APACAP) se utiliza do slogan “Paraty: berço da cachaça brasileira”. A cidade parece ter tido mais de 300 alambiques na época do Brasil colonial⁸.

A Estrada Real era o caminho oficial entre São Paulo e o Rio de Janeiro em 1600. Com a descoberta do ouro em 1695, o caminho que partia de Paraty e seguia até Vila Rica, torna-se o caminho do ouro. Era o caminho principal mas não se ligava diretamente ao Rio de Janeiro, era necessária a passagem pelo porto de Paraty. Outra opção era a estrada velha da boiada, porém, a infraestrutura do caminho do ouro faz com ele fosse o melhor caminho para as pessoas e os muare. Apenas em 1778 é aberto o caminho que liga o Rio diretamente a Minas Gerais, o caminho novo (SCHNOOR, 2010).

Isso fez de Paraty um “estuário” de rotas internas que ligavam Minas Gerais, São Paulo, Rio de Janeiro, Goiás, Mato Grosso. Por Paraty entravam azeite, vinho, sal, pólvora e escravos que iam em direção ao sertão. De Paraty saíam ouro, café e muita cachaça com diferentes destinos. Estes caminhos abertos na Mata Atlântica eram as estradas

⁸ Fala que ouvimos diversas vezes, mesmo de guias turísticos, porém, em registros oficiais, o número chega até 150 alambiques.

oficiais da Coroa Portuguesa, para facilitar a fiscalização havia proibição de uso de outros caminhos, andar por *descaminhos* era contrabando. A rede de caminhos que formava a Estrada Real era também o caminho de um dos primeiros produtos do Brasil (a cachaça), já que a primeira indústria brasileira foi um engenho de açúcar e uma engenhoca que era o alambique (URANO, 2008).

A paisagem da região da capitania do Rio de Janeiro não permitiam a produção de bom açúcar, tornando a produção de aguardente um fator compensador, incentivado pelo comércio com a costa africana. Dados do século XVIII apontam que a região de Paraty produzia 1.554 pipas⁹ por mês, no século anterior a produção era certamente maior (CAETANO, 2008).

Apesar de Minas Gerais ter tradição no *consumo*¹⁰ da cachaça, não é um *produtor* tradicional. Sua produção de cachaça começa somente 250 anos depois de Paraty, Bahia e Pernambuco (CÂMARA, 2008b). Segundo Urano, essa tradição de beber cachaça chega à Minas via Estrada Real (URANO, 2010). Na memória de Paraty está a produção da cachaça que desde os tempos dos primeiros engenhos de açúcar já marcava presença. E junto à produção de cachaça, Paraty guarda relações intrínsecas com a Estrada Real, eram os caminhos que movimentavam a economia de Paraty. Depois da chegada das ferrovias, Paraty deixa de ser um porto e permanece estagnada por praticamente 100 anos, até a construção da Rio-Santos que a movimentaria novamente, porém desta vez, como cidade turística. A Estrada Real proporcionou uma era de “ouro” de Paraty e ao visitar a cidade muitos são os elementos que rememoram isso.

A Estrada Real foi vetor de urbanização do interior do Sudeste e seus caminhos foram desfeitos com o crescimento das cidades (SCHNOOR, 2010) o que ainda resiste são resquícios dos caminhos de pedra e a memória, transformados no que hoje é um grande complexo turístico.

⁹ Unidade de medida para litros, uma pipa equivale a aproximadamente 550 litros.

¹⁰ Vide nuvem de palavras da cachaça que associa a cachaça a Minas Gerais.

Um projeto de 1999 criado pela Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais com a finalidade de valorizar o patrimônio histórico-cultural preserva, revitaliza e promove turismo no entorno do que eram os antigos caminhos (INSTITUTO ESTRADA REAL, s/d).

Assim como a Estrada Real, Paraty é transformada num lugar turístico. Aline Carvalho, analisando a construção das memórias oficiais das cidades de Paraty e Angra dos Reis, afirma que a imagem de Paraty enquanto cidade histórica foi construída e que determinadas escolhas de narrativas geram efeitos reais, criando as imagens pelas quais a cidade é conhecida hoje. No caso de Paraty, a ênfase no período da estagnação econômica que possibilitou a preservação de estruturas do modo como estavam no século XIX é uma escolha narrativa que visa expor a cidade como naturalmente portadora de uma vocação turística. Discursos construídos pela Secretaria de Turismo, Associação Casa Azul e Ministério do Turismo, especialmente depois da candidatura da cidade à Patrimônio da Humanidade da Unesco (CARVALHO, 2009).

Citando fragmento da revista Quatro Rodas da década de 1960, a pesquisadora mostra os primeiros momentos da construção de Paraty como cidade que conjuga atrativos naturais aos históricos para ser Patrimônio da Humanidade. O discurso constrói um ambiente voltado para o passado colonial, explicitando uma morosidade da cidade na qual o tempo parou. A intenção seria buscar um turista que não se importasse com a decadência econômica e que de certa forma a admirasse como possibilidade de apreciar a “história viva” que a cidade pode trazer. Assim, ao mesmo tempo o turista poderia descansar em meio a essa calma e desfrutar da “generosa cachaça dos velhos engenhos, que eram 50, mas hoje infelizmente, são poucos” (QUATRO RODAS apud CARVALHO, 2009, p. 105-106).

Esse discurso de uma Paraty colonial encontra consonância no documentário de Pedro Urano que parece nos conduzir a um passado distante. Seja porque a filmagem buscava esse passado, seja porque a Estrada Real não exista mais como estrada (logo qualquer referência a ela se remete ao passado). Há cenas no documentário que por minutos mostram estradas de terra, com o mato avançando na via, às vezes sem ninguém, às

vezes com algumas pessoas, porém, sempre ligando lugares que parecem isolados, pequenos vilarejos no qual as pessoas se não estão nesse passado colonial, pelo menos vivem tempos diferentes dos de hoje, dando a sensação de que estão paradas no tempo, em algum dos tempos possíveis entre a época áurea da estrada e seu desvanecer. Somos guiados por caminhos que se fazem a pé, de chinelos, caminhos que às vezes fazem as pessoas se perderem. Burros atravessam o rio, seria uma tropa? Em uma cena, uma estrada já asfaltada é filmada sob neblina, na sequência, uma cena filmada nos resquícios dos caminhos de pedras é sobreposta à estrada, a cena anterior que era colorida, vira preto e branco ao mostrar o caminho de pedra.

O documentário nos convida a ver o plantio da cana, o funcionamento dos engenhos, um ritual cristão de lavagem de santos com cachaça, outro dedicado ao orixá Exú no qual lhe é ofertado também cachaça, a feitura dos famosos alambiques de cobre com direito a ver a brincadeira de um bêbado dentro de um deles, como som de fundo em várias cenas ouvimos o som de um trem; a decepção dos mineiros que demoram às vezes anos para encontrar uma pedra preciosa e a cachaça aparece como sua “amiga” indispensável na tarefa; a declaração do pedreiro que diz tomar uma pinga no boteco para lhe dar ânimo antes de trabalhar; a senhora que faz uma receita para que seu parente pare de beber, manda enterrar no quintal uma garrafa de cachaça com vários pedaços de peixe dentro, depois de algum tempo em baixo da terra, aquele que beber da receita, nunca mais beberá na vida; lavadeiras exaltam a cachaça em quadras populares, uma delas dá a receita para não se pegar resfriado mesmo passando o dia todo ensopada, e na receita, claro, vai cachaça; alguém afirma que a melhor cachaça é a de Paraty...

O filme mescla a história da Estrada Real com a da cachaça, estabelece com o passado uma relação que liga a própria história do Brasil à bebida. É curioso como nesse sentido o filme se assemelha ao texto de Marcelo Câmara quando diz que nossas narrativas, nossos documentos, nossa história está impregnada com o rústico perfume da cachaça, com a ardência de nossa pinga (CÂMARA, 2004).

Se Paraty foi o lugar escolhido para o trabalho de campo, o filme foi a porta de entrada através da qual criamos conexões entre Estrada Real e cachaça. Das possibilidades

anteriores, todas cidades mineiras, a escolha do lugar para o campo já se atrelava à Estrada Real, relação que nos foi instigada pelo filme. A ideia da investigação, “a cachaça como elemento de destaque em certos lugares e no cotidiano de alguns”, parecia se encaixar perfeitamente na relação feita pelo filme. A cachaça levada através da Estrada tinha, na voz de cada personagem, uma história para contar em cada um dos diferentes lugares pelos quais ela passa.

A paisagem numa perspectiva humanista é fenômeno completo no qual os elementos constituintes *aparecem* de forma simultânea, sendo possível evidenciar a dimensão temporal para além do seu comum aspecto linear, a geografia então se evidencia enquanto registro do processo que se dá cronologicamente como a história de um espaço (MELO, 2001; SILVA, 2000). Através das narrativas destes personagens montamos e remontamos algumas das geografias do lugar.

Assim, a ida a campo buscava essas imagens, visando ouvir personagens tais como os do filme para observar as possíveis relações que estes mantinham com a cachaça, supondo que a depender do lugar, diferentes relações apareceriam. O filme como obra de um artista que mergulhou em imensidão criativa através da imaginação criadora, inspirou em nós vontade de mergulhar em tal imensidão. Imagens foram compartilhadas, ativando uma curiosidade de saber se as imagens eram coletivas. A hipótese era de que em alguns lugares a relação cotidiana com a cachaça se dava mais que em outros (talvez em lugares de outros tempos...). Eis que a relação com o filme estava feita e a escolha do lugar tornou-se um procurar por imagens do *Estrada Real da Cachaça*. Porém, se as intenções guiam o olhar, o lugar também se manifesta, num campo orientado por leituras da geografia humanista cultural com base fenomenológica, a tensão entre essencialidades do lugar e intencionalidades do pesquisador criam um sentido singular, aproximação possível do fenômeno. Quando voltamos nossa atenção para um lugar (ao escolhermos Paraty), para através dele pensar as relações com a cachaça, o objeto passou a ser nem mais o filme, nem mais a Estrada Real.

No item 3 trataremos dos sentidos do campo em Paraty. A reflexão envolve esse encontro lugar-pesquisadora no qual a cachaça foi fio condutor de trilhas. A cachaça e

suas imagens conduziram escolhas, apesar disto, e de ser época do *XXIX Festival da Cachaça, Cultura e Sabores de Paraty*, analisamos em meio aos costumeiros (de turismo) e diferenciados (do evento relacionado à pinga) ritmos na cidade, a paisagem de seus alambiques. O filme, através do olhar, nos conduziu a diversos lugares, seriam os outros sentidos capazes de nos conduzir em viagens também?

1.3 Degustando lugares, experienciando a cachaça

Através da experiência somos capazes de compor imagens e se degustar envolve os sentidos, experienciando a pinga, criamos imagens dela, degustamos lugares. A experiência ambiental se dá através de nosso corpo. Cada um dos sentidos: olfato, tato, audição, visão e paladar nos permite perceber diversos aspectos do ambiente ao nosso redor. As elaborações mentais que fazemos do mundo se iniciam nesse contato (MERLEAU-PONTY apud GRATÃO; MARANDOLA JR., 2009), uma investigação que se preocupe em detalhar a constituição de nossa experiência no mundo, deve levar em consideração as diferentes possibilidades que temos, através dos diferentes sentidos, de instituir mundos.

Lucia Helena Gratão e Eduardo Marandola Jr (2009) apontam como a tradição de estudos perceptivos em Geografia enfatiza a visão e por isso, pensando que nossa relação espacial com o mundo acontece através de *todos* os sentidos, buscam refletir as implicações de uma geografia do sabor. O sabor cria culturas, é um dos elos que nos liga à natureza, através dele também geramos *imagens* do mundo.

A tradição ocidental, depois do século XVII, excluiu o imaginário dos processos intelectuais em favor de um método que visava descobrir a verdade nas ciências. A arte da demonstração baseada na razão não podia permitir que dados da percepção, dados que não sendo quantitativos não se reduzem a argumento de “verdadeiro” ou “falso”, pudessem figurar como conhecimento. A imagem é tida então como incerta e ambígua, desvalorizada por não ser passível de ser criada como enunciado claro. A imagem é descrita como se fosse uma verdade velada em oposição à “clareza e diferença” de Aristóteles (DURAND, 2001). Se o imaginário enquanto tema foi por tanto tempo deixado de lado como tipo de conhecimento que não era considerado plausível, pensar as essências de sua

criação era tema de menor relevância ainda. As imagens como elaborações que fazemos do mundo, constituídas através de nossos sentidos, é tema que pode causar estranhamento justamente por não ser tão explorado nos estudos “científicos” (no sentido da ciência do verdadeiro ou falso, da ciência da persuasão em oposição à ciência demonstrativa).

Assim, os sentidos podem ser uma das “portas” abertas para entrarmos em contato com o mundo, dos prazeres e desgostos da degustação ao imaginário de diferentes lugares e seus sabores.

A alimentação, por exemplo, pode ser vista como fundamento corporal, alimentar-se é forma de suprir necessidade básica do corpo. É também invenção, conjunto de técnicas de manufaturar alimentos. É ritual, reprodução dessa elaboração complexa que serve de presente para si e para o outro. Torna-se característica de um lugar na medida em que condições ambientais serão fundadoras de um modo de se alimentar, se mudarmos o lugar, alteramos essas necessidades básicas gerando necessidade de adaptação destas técnicas.

Claval (2007) pensando a alimentação nos mostra como muitos dos simbólicos pratos tradicionais associados a certos lugares foram criados pela necessidade básica de estocar alimentos em períodos de pouca oferta, tais como o inverno rigoroso, seca, entressafra etc. Assim, alimentos conservados em sal, em óleos, queijos (forma de guardar o leite), são cozidos, viram geléias e doces. Seria enganoso pensar que fazemos e refazemos tais técnicas apenas porque temos necessidade. No fazer destes pratos estão envolvidas formas de pensar e criar mundos, a reprodução de modos de fazer se ritualizam, viram tradição.

Tradições que se associam aos lugares de origem e também aos lugares de consumo. Há alimentos ligados a lugares específicos: Chocolates dos Alpes, azeites mediterrâneos, *sushi*, macarrão que apesar da origem chinesa é mais lembrado por suas receitas italianas (porque alimentos e modos de fazer também são migrantes); há os que são lembrados mais pelo modo de fazer, caso da *paella*, da feijoada, arroz carreteiro. Sobras e condições rústicas bem organizadas numa panela para dar vida a uma nova forma de comer (exemplo de reaproveitamento e transformação de alimentos); a abundância de determinado ingrediente que cria toda uma cultura alimentar baseada nele. Da mandioca, por exemplo, se

faz sagu, tapioca, pão de queijo, farinhas... E que não se confundam as farinhas grossas com as farinhas finas!

Sobre mandioca, Claval comenta como é surpreendente que ela tenha virado base da alimentação humana:

A fécula retirada [da mandioca] é tóxica por causa do ácido cianídrico que contém. Este é eliminado por diversas manipulações: maceração ou longo cozimento na África, compressão da massa para expulsar o líquido na América. A distância entre o produto bruto, perigoso, e o recurso alimentar essencial que se tornou é tão surpreendente que os mitos indianos ampliam-se longamente sobre a maneira como os deuses ensinaram aos homens o segredo do tratamento (CLAVAL, 2007, p.255).

Eis a consagração da técnica, que de tão cara aos que fazem uso dela passa a ser reverenciada, passa a ser atribuída aos deuses de modo que tal conhecimento, perfeito, não pode ser associado aos simples mortais que o reproduzem.

A alimentação também é memória. Livia de Oliveira (2011) ao descrever sua alimentação de jovem da roça, remonta o ambiente de sua infância, os ritmos do lugar e regras da avó, ambiente vivido no interior paulista. A cada prato, instrumento ou doce recordado, um momento da sua simples e saborosa cozinha caipira. Os sabores dividem espaço com a lembrança do carreiro que entregava lenhas e ficava para almoçar, com a saudade dos mimos de mãe que “bordava” com canela a letra inicial de seu nome em cima do arroz doce esparramado no pires.

Uma viagem gastronômica que remete à específica paisagem. E as bebidas? Qual o lugar das bebidas nessa viagem?

Não se come só por necessidade física e com as bebidas ocorre o mesmo. Para além do sabor, as alcoólicas proporcionam experiência completa de alteração dos dados da percepção. Isto em parte explica sua vinculação com aquilo que é divino, mágico. É a causa também das regras de uso e proibição. Com as condições para o consumo estabelecidas, surgem os lugares para a ritualização da bebida.

O bar, por exemplo, é um lugar onde as relações com a bebida são liberadas. Rubem Alves (1997) classifica o bar como um lugar onde é possível estar com os

amigos quando “o visitar o outro” saiu de moda. Ele desqualifica as pessoas que não entendem o porquê de se pagar mais caro numa bebida se o mercado a vende por preço menor. O bar é para o autor o lugar dos que “desejam estar junto”, onde se pode ir quando preferimos não estar sozinhos. É então um lugar de comunhão, onde a bebida é desculpa para se estar junto. Compara os bares com lugares sagrados. Há os bares que são como catedrais, enormes e cheios de gente: entrar neles é como seguir uma romaria e se perder na multidão. Há os bares que são como capelas e mosteiros: são criadas relações íntimas, frequentador e garçom são conhecidos pelo nome. A comparação com os lugares sagrados visa esclarecer que se antes os bares foram considerados lugar de perdição, agora são lugares onde quem se “perde” procura pela alegria perdida na vida.

O bar de fato envolve um mundo de amizade com conversas descontraídas, risadas e “contação de causos”. Em Cataguazes (MG) – um dos destinos que encontramos em nossa viagem exploratória pela Estrada Real, estivemos com um colecionador e apreciador de cachaças, e sendo o bar lugar central na apreciação da bebida, nos levou até seu bar preferido onde comemos “torresmo de barriga” e “canjiquinha”; nos apresentou seu garçom-amigo e nos contou diversas histórias vividas no próprio bar e na região. O bar permite certas liberdades, estimula, desembaraça e libera de certas amarras e lógicas. Pode soltar a criatividade como é o exemplo deste poema que foi divulgado como produto de “pessoas nada sóbrias” em buteco de São José dos Campos:

Geografia de bar

Que bela essa fia
Que acompanhada da geo
Fica mais bonita
O gra faz a língua estralar nos dentes
E tudo junto fica mais congruente
Geografia, geografia
Junta tudo e os extremos
Bela na física ou na política
Que belo seria se eu fosse fia
Da grande e bela geografia.
(ARÔXA, 2010).

Neste sentido do divertimento, da descontração, o bar é também lugar que se “degusta”. A experiência com a cachaça pode nos fazer “degustar” lugares. Experimentar a

bebida enquanto se degusta lugares. Combinação de palavras que pode parecer ilógica, porém, é nos baseando nos sentidos que a afirmamos. Marandola Jr. (2012) refletindo sobre o sabor e os outros sentidos, explica que há diferenças entre o conjunto de sentidos como a visão e o olfato do conjunto paladar, tato, olfato. Estes últimos fazem parte do grupo de sentidos que são associados à subjetividade, à especificidade, ao prazer e dor. Nestes casos, a percepção é potencialmente contaminante: o contato direto nos faz tocar superfícies, inalar e ingerir substâncias que podem ser agradáveis ou não. A descoberta depende dessa conexão com o objeto, diferente da visão e da audição, capazes de alcançar informações produzidas a certa distância.

A bebida pensada assim é mais que sabor, ela é toda essa experiência de degustar, saborear, ingerir e as consequências deste contato. Experienciando a cachaça podemos degustar lugares, degustar no sentido de provar, experienciá-lo de novas formas, da forma com a qual a nossa reação a estas substâncias agem em nosso corpo.

Entendemos que a vinculação com o sagrado e a criação de espaços especiais para o consumo provenham dessa característica. O consumo e os lugares de consumo constroem e se tornam paisagens, se neste estudo falamos de cachaça, podemos pensar em paisagens da cachaça.

1.3.1 Sobre a metodologia de pesquisa

Sendo a orientação humanista um voltar-se ao mundo como expressão de nossa existência, uma orientação humanista em Geografia busca explicitar os sentidos geográficos dessa existência. A experiência que vivemos é completa, percebemos o espaço ao nosso redor com a ferramenta dos sentidos (MERLEAU-PONTY apud MARANDOLA JR., 2012). Concebemos o mundo através dessas experiências primeiras, e isto inclui imaginação e os sistemas simbólicos da cultura na qual estamos inseridos. Deveríamos ter isso em mente quando produzimos Ciência, lembrarmos do homem que a produz. Assim, torna-se mais fácil perceber as limitações e forçosas segmentações para fins de análise de determinado objeto de pesquisa.

A Ciência Moderna pautou-se pela segmentação que opôs sujeito-objeto e, conseqüentemente, desviou por algum tempo a possibilidade de incorporarmos a experiência dos sujeitos como conhecimento. A ausência do observador nas observações traz caráter desumanizante à produção científica afastando um entendimento multidimensional dos fenômenos do mundo. A necessidade de reincorporação de sujeitos-observadores, sujeitos-experimentadores e sujeitos-concebedores cria novas abordagens que estão preocupadas em reintegrar essas perspectivas fragmentadas (MORIN apud MARANDOLA JR.; DE PAULA; PIRES, 2006).

A fenomenologia que se preocupa em explicitar a fluidez sujeito-objeto na construção de nossa experiência de mundo, logo, na construção do próprio conhecimento é com certeza uma dessas abordagens. Com visão holística se volta a esse conhecimento criado no decorrer de nossa vivência (experiencial), apontando para a *intencionalidade* das ações humanas e, conseqüentemente, para o envolvimento do pesquisador no processo de construção do conhecimento (MARANDOLA JR.; DE PAULA; PIRES, 2006).

Uma orientação fenomenológica em geografia pressupõe a percepção do sujeito como integrante da noção de espaço, o mundo vivido e os processos intersubjetivos são fatores importantes na compreensão dos fenômenos geográficos (BUTTIMER, 1982). Como orientação traz certa liberdade de escolha nos caminhos metodológicos, basta que estejamos abertos aos encontros com o mundo, lembrando sempre que o conhecimento se dá nessa fluida relação sujeito-objeto.

Neste sentido, independentemente do caminho escolhido, nossas pesquisas são o encontro do pesquisador com o objeto em questão. Assim, nossas produções estão *impregnadas* de nós mesmos e dos lugares onde estamos. Por isso afirmamos a possibilidade de criação de paisagens. São as nossas ações, nossos trabalhos, nossas *escritas* em conjuntura com nossas visões de mundo que constroem paisagens (BERQUE, 2009; BESSE, 2006).

Gratão (2010), afirma que poética surge da palavra *poiésis*, com significado primeiro de construir, produzir, arranjar, pôr em ordem. A *poiésis* pode ser entendida como deglutição e produção de tudo que está inarticulado em nosso entorno. A nossa

intencionalidade põe ordem nos objetos, de modo a construir imagética e simbolicamente as paisagens de nosso mundo. Essa construção de paisagens é poética.

Todorov (apud GRATÃO, 2010) afirma que a poética não estuda o poema em si, mas a manifestação poética, a poeticidade desses. A poeticidade enquanto construção de mundo é poeticidade de lugares, é *geopoética*. Construimos nossos ambientes, em nossa forma de habitar há uma relação intrínseca com a espacialidade, *poeticamente somos e estamos* no mundo (MARANDOLA JR., 2009).

Werther Holzer avalia que o conceito de paisagem não pode perder esse significado essencial (no sentido fenomenológico) de construção/formatação do mundo. Afirma ainda que esta é

uma formatação intersubjetiva de determinada porção da Terra determinada por cultura relativamente homogênea, sendo que tal delimitação reflete o trabalho coletivo do homem sobre a Terra. Ela [a paisagem] representa o acúmulo através da memória, e o descarte, pelo esquecimento, das expressões e associações culturais que se definem sobre o espaço geográfico e que são a base do ser social das pessoas (HOLZER, 1999, p.165).

Perseguimos em nosso percurso a constituição das paisagens, no caso da cachaça e suas paisagens *poéticas*, destacamos as paisagens do fazer cachaça e as paisagens do consumir cachaça. No ato de fazer está a técnica e no ato de consumir, o ritual. Celebra-se a técnica com o ritual, repete-se à exaustão por vontade de alcançar as mesmas propriedades da descoberta da técnica, festeja-se esse sentimento com o ritual (GRATÃO, 2010). Nesse processo de criação, instauramos ritmos em determinados lugares e apreendemos como paisagem. Cotidianamente, reproduzimos modos de fazer, em determinado lugar, em determinado ritmo. Para compreender estas *imagens* do mundo deveríamos nos atentar para essa construção onde pessoas, lugares e ritmos atuam de modo específico.

2. SE A GEOGRAFIA ESTÁ EM TODO LUGAR, PORQUE NÃO REALÇAR O COTIDIANO? – PAISAGENS E EXPERIÊNCIA GEOGRÁFICA

[...] the innermost impulse that makes us take satisfaction in geographical studies seems akin to the urge that impelled our stone-age forefathers toward the lands beyond the range

[...] We have heard the Sirens' voices. [...] The Sirens, of course, sing of different things to different folk. [...] But upon all alike who bear their call they lay a poetic spell.

*Nowadays geographers seldom or never have the opportunity to enter literal *terrae incognitae* — totally unexplored territories [...] However, the Siren voices heard by a Columbus, a Magellan, or a Livingstone differed only in intensity but not in tone and quality from those that call us to explore our seemingly more prosaic and humdrum *terrae incognitae*. Let us, therefore, examine a little further into the nature of *terrae incognitae* of various magnitudes and types.*

JOHN WRIGHT

Denis Cosgrove nos convida a uma reflexão sobre a geografia do cotidiano. Em seu texto de 1989 relata que conscientemente aos sábados de manhã não é um geógrafo, mas, mesmo assim é capaz de analisar a geografia contida no cotidiano daqueles que moram e vão fazer compras no comércio local. Através do ato de fazer compras, ação que possui frequência determinada, narra a situação mais prosaica: o local nada especial, um edifício-garagem, iluminado artificialmente com consumidores bem vestidos, que, assim como ele, costumam estar naquele dia e horário fazendo compras. Fora da loja, um idoso distribui panfletos religiosos, alguém pede contribuição para uma causa que ele não concorda, adolescentes com cabelo moicano e adereços de tachinha nos braços o olham (assim como aos outros consumidores de meia idade) com desdém (COSGROVE, 1998 [1989], p.93). Uma cena que poderia ser apenas o início de uma conversa, ou parte de um texto literário, mas que é uma observação de quem conhece bem (e entende a importância de conhecer) a dinâmica de um lugar, um olhar de quem nos chama atenção para os ritmos instalados em um lugar.

Cada lugar possui um ritmo, movimentos são desenhados por preferências pessoais ou obrigações que nos ligam a determinados espaços. Um autor que nos ajuda a pensar esses ritmos é David Seamon com sua ideia de balé-do-lugar (*place-ballet*). Segundo Seamon, o conjunto de nossos padrões de comportamento organizado numa rotina diária caracterizam rotinas têmporo-espaciais (*time space routines*) e a integração dessas várias rotinas criará o balé-do-lugar, dinâmica espacial que caracteriza certa unidade do vai-e-vem do cotidiano que ganham constância num mesmo espaço (SEAMON, 1980).

Cosgrove segue o texto argumentando que o estudo daquele lugar poderia se concentrar no varejo, naquele espaço pensado para o consumidor enquanto espaço de compras, mas, o autor prefere destacá-lo de outra maneira, afirma que a geografia deste se estende para “além desta perspectiva estreita e restritiva. O local é um lugar simbólico, onde muitas culturas se encontram e talvez entrem em conflito. Mesmo na manhã de sábado ainda sou um geógrafo. A geografia está em toda parte” (COSGROVE, 1998, p.93).

Estando em toda parte, a variabilidade de temas possíveis de estudos são tantos quantos são os lugares ao redor do globo e os imaginados mundos produzidos nestes. Tuan afirma: “Geography is the study of the earth as the home of human beings [...] Understanding the earth as our home – understanding the meaning of the verb *to dwell* – is an immense challenge to the human spirit (TUAN apud BUTTIMER, 1993, p. ix – grifos do autor). Habitando o mundo, nossa vivência é a expressão da relação homem-terra. Nossas ações e imaginações advêm de certa intimidade com a terra, são experiências que se fundam numa realidade geográfica (DARDEL, 2011, p.15).

E esta intimidade nos impulsiona a conhecer e investigar os “cantinhos” desta casa que ainda são desconhecidos. Sim, habitamos a Terra e o prazer com os estudos geográficos (WRIGHT, 1947) é estimulado pela possibilidade de investigar o mundo tal qual ele nos aparece na experiência. Aventurar-se por terras desconhecidas, com novas cores, cheiros e texturas... viagens de medo, curiosidade e prazer... incursões que nos moldam, nos contaminam e, por comparação, nos fazem refletir nosso ponto de partida, nosso lugar de origem. Compondo o mundo, *somos* também os lugares em que vivemos e o modo como

vivemos e os ritmos nos quais estamos inseridos... Se todas as experiências vivenciamos cotidianamente, o cotidiano se torna um importante tema de nossa reflexão.

2.1 Experiência geográfica no contexto da Geografia Humanista Cultural

Assistir ao nascer do sol em diferentes latitudes do globo ou em diferentes estações do ano, numa cidade ou numa área rural, em região úmida de praia ou em região seca de interior pode nos mostrar muito mais que diferentes sóis com diferentes luminosidades. O lugar irá incitar sentimentos e afetividade que completam as características deste amanhecer. Outros fatores são relevantes como estar de férias ou indo trabalhar, ter visto a noite passar ou estar acordando junto com sol ou ainda ter que acordar justamente porque saiu o sol, se estamos acostumados ao lugar ou se estamos de viagem por ele. Ao destacarmos tais experiências como ponto principal de nossa reflexão a valorizamos para pensar preferências pessoais (LOWENTHAL, 1982), observar movimentos no espaço, destacar obviedades não refletidas, enfim, refletir modos de nossa inserção no mundo.

Seria este um modo de se deixar guiar pela curiosidade de desbravar o desconhecido? Realçar o cotidiano seria estar encantado pelo *feitiço poético das sereias* (WRIGHT, 1947)?

Ao se voltar para o cotidiano Cosgrove o selecionou como *terrae incognitae* a ser explorada, deixou que a curiosidade em entender as *vozes das sereias* o fizesse maravilhar-se com o (não tão) óbvio mundo que se descortina na sua rotina têmporo-espacial. A paisagem que nos descreve é feita de elementos observáveis por qualquer pessoa, mas também de suas próprias opiniões de mundo. Como qualquer leitura, inclui os próprios julgamentos de quem está lendo.

O próprio Cosgrove (1998, p.109) ressalta que os caminhos mais utilizados pelos geógrafos para conhecimento de uma área de estudo, quais sejam o trabalho de campo e elaboração/interpretação de mapas, são inevitavelmente desenvolvidos através de conhecimento pessoal, gerando respostas individuais. Essa ressalva é feita pois, segundo o

autor, é necessário que essas respostas possam ser refletidas e honestamente reconhecidas nas geografias que produzimos.

Porém, é importante destacar que perspectivas individuais se encontram em algum ponto justamente porque se baseiam em um lugar. A percepção individual e a materialidade do mundo produzem imagens que se sobrepõem, são como hologramas (MARANDOLA JR, 2008a, p.124) que no fluxo de consciência que temos no/do mundo (pensando numa fluida relação sujeito/objeto) *aparecem*, assim como o mundo nos *aparece* quando estamos em “atitude natural” pouco atentos à estrutura de significados que doamos aos objetos ao nosso redor (HUSSERL apud DE PAULA, 2010, p.36). Pensado através da fenomenologia o mundo é a materialidade e imaterialidade que nos *aparece*, que não é somente consciência, pois resiste à nossa vontade e não é somente materialidade dada a *intencionalidade* com a qual nos voltamos aos objetos (DE PAULA, 2010, p.36-37; MARANDOLA JR, 2005a).

Armando Corrêa da Silva afirma a realidade como essência e manifestação externa dos lugares. O geográfico seria a apreensão da espacialidade contida nessa relação da essência do real e de sua manifestação externa. A geografia é então uma ideologia do cotidiano, ou seja, ideias que se formulam no decorrer das atividades “insignificantes” do dia-a-dia, é o que está diante de nossa percepção – aquilo que se vê e possui significado pela particularidade e pela forma, é um momento de nossa existência (SILVA, 2000, p.7).

Sendo assim, os momentos de nossa existência podem ser investigados como momentos geográficos, que formam paisagens e geografias de um lugar. Silva (2000, p.20) diferencia o tempo histórico do especificamente geográfico afirmando que há o tempo da idade dos artefatos da cultura e há o tempo de percurso (que não é histórico): “uma coisa é a história do povoamento e das migrações, outra é considerá-los como um movimento no espaço. Ora, é este [sentido] que interessa ao geógrafo”, desta forma uma investigação desses momentos é conhecimento da natureza e dos espaços organizados.

Investigar esses momentos vai de encontro com as palavras de Cosgrove (1998, p.109), “os múltiplos significados das paisagens simbólicas [apenas] aguardam

decodificação geográfica” e para esta tarefa os métodos disponíveis são rigorosos e exigentes e nada esotéricos ou difíceis de apreender, são essencialmente os empregados em todas as humanidades.

Silva (2000, p.20-21) argumenta que estes métodos de investigação exigem não separar ideias de fatos e sim considerá-los como um procedimento mental simultâneo. Num primeiro passo a investigação até pode tratar do que é empiricamente visível, como um momento do método, mas ela não deve parar neste passo. Se o empírico em si é destituído de significado teórico, há o que se segue disto, a percepção (formulações e reflexões advindas desta observação), mediação entre fenômeno e seu entendimento teórico.

E que geografia é esta que se dispõe a investigar o cotidiano? A experiência no/do espaço? Nos convida para a aventura de descobrir o desconhecido e a ver “balé do lugar” onde normalmente se vê apenas a concretização dos espaços produzidos por agentes econômicos? Preocupada em pensar perspectivas individuais juntamente com a imagem e constituições coletivas visando captar o significado das coisas e expondo a complexidade de um fenômeno?

Edward Relph define uma das possíveis formas de fazer geografia como “o padrão pessoal de atividades e encontros com lugares e paisagens”, denominando-a geografia com “g” minúsculo (RELPH, 1979, p.1). Sobre esta geografia concluirá que “todos os aspectos que habitual e intelectualmente separamos como árvores, casas, estações de gás ou outros, são fornecidos simultaneamente para nós e como um conjunto”, nada é fixo, tudo é “presença fluente” e cheia de significância, porém, imersos que estamos nessas paisagens ficamos inconscientes de cheiros, sons e aparências (RELPH, 1979, p.14).

Eis aí a necessidade da investigação dos significados originais do mundo “constantemente obscurecidos por conceitos científicos e pela adoção de convenções sociais. Apesar de vivermos nele, o mundo-vivido não é absolutamente óbvio, seus significados não se apresentam por si mesmos, mas têm de ser descobertos. A dificuldade é como fazer isso sem destruir a riqueza e a complexidade dos significados” (RELPH, 1979, p.4).

Jörn Seemann, mostrando as várias possibilidades da cartografia escreve sobre “cartografia da realidade” na qual a ênfase é dada menos ao radical **carto** e mais à **grafia**, numa tentativa de extrapolar a ciência exata que baseia a cartografia, a fim de que ela possa representar não somente a “fria geometria das distâncias físicas estabelecidas pela escala de um mapa, mas conforme fatores como tempo, decisões, preferências e outras visões subjetivas” (SEEMANN, 2003, p.50 – grifos do autor).

Eduardo Marandola Jr. usa metodologia de pesquisa que, partindo do lugar¹¹, prima justamente por destacar o envolvimento das pessoas com os lugares, possibilitando reflexões que ao invés de confirmar postulados formulados *a priori*, se voltam justamente às revelações advindas do trabalho de campo e das formulações que se fazem partindo dele. Mapeando espaços de vida de pessoas que vivem na Região Metropolitana de Campinas, mostrou ao mesmo tempo a materialidade e a experiência vivida nestes lugares. Como forma de revelar o lugar onde a pessoa vive, a relação das pessoas com ele, direções, ligações com outras pessoas, afinidades e a falta de contato com outros espaços na rede de caminhos composta na região metropolitana, criou mapas de lugares e itinerários cotidianos, expondo assim a complexidade dos movimentos metropolitanos (MARANDOLA JR, 2008b).

Para pensar esses significados precisamos de um sentido comum de mundo (LOWENTHAL, 1982) onde no contato com outras pessoas e com linguagem comum criamos intersubjetividade – significados coincidentes para uso e transformação de espaços no “mundo-vivido social” (RELPH, 1979, p.6).

Esse sentido comum é compartilhado numa linguagem que pode ser compreendida por aqueles que partilham dos mesmos lugares. Jean-Marc Besse enfatiza esse sentido geográfico da existência e a leitura geográfica que podemos fazer do mundo afirmando que

É preciso então entender a palavra “geografia” ao pé da letra, como *escritura*. A geografia, por ser a inscrição do humano sobre o solo, é um sistema de sinais cheios de sentido, ou seja, uma escritura a decifrar e cuja significação última remete

¹¹ Pensado segundo corpo teórico-metodológico da Geografia Humanista Cultural

ao movimento da existência. Consequentemente, se a geografia como realidade é escritura, a geografia como saber deverá ser leitura, decodificação, interpretação dos signos dispostos sobre o solo ou na paisagem. A geografia é uma experiência hermenêutica. Ela se constitui num envolvimento recíproco da escritura e da leitura que é propriamente a experiência da constituição do sentido. Mas esta experiência hermenêutica é a da existência humana situada sobre a Terra, nela construindo inapelavelmente a identidade humana (BESSE, 2006, p.94 – grifos do autor).

Assim, a geografia é tanto a escritura que fazemos no mundo, quanto a leitura que fazemos dele. Nossas inscrições e leituras do ambiente dão fundo geográfico às nossas formas de dizer, o que exige também uma reflexão sobre a forma de interpretar, que pode e deve ser também geográfica. Se a geografia como saber é leitura, pretendemos nesta monografia apresentar as leituras que fizemos das *grafias* do cotidiano em Paraty. Um trabalho de quem “legenda” paisagens para trabalhar com linguagem comum, numa tentativa de compartilhar e traduzir nossas impressões inscritas nessa leitura.

Se há a influência do imaginário de quem humanamente descreve materialidades e externalidades, há também a surpresa de quem ao querer encontrar, é encontrado (tensão consciência/objeto), já que o mundo é feito de fenômenos, das intencionalidades em se voltar ao mundo produzimos um sentido, sentido que é uma aproximação possível do fenômeno do lugar (MARANDOLA JR, 2008a).

Silva (2000, p.22), afirma que o trabalho do geógrafo é uma abstração da historiografia da forma considerando-a particularidade espacial, “o que importa é seu existir aqui ou ali, tendo um significado teórico em cada lugar, como área, região, ou território, com suas populações presentes”. Assim, é necessário captar os sentidos dessa acumulação de tempos no espaço, e para isso nos cabe compreender a consciência da forma e os usos que as pessoas fazem dela – a geografia é então consciência do espaço podendo ser trabalhada, por exemplo, enquanto memória da forma.

Pensando nas decodificações simbólicas das paisagens referida por Cosgrove, podemos concluir que se as pessoas usam de linguagem comum para compartilhar seus símbolos, essa memória das formas expressa por Silva se manifesta de modo simbólico.

Uma das formas de acessar esse mundo de simbolismos seria através da decodificação dessa linguagem, na tentativa de leitura destas *escritas* cotidianas.

2.2 Paisagens enquanto grafias do cotidiano

Investigar as *grafias* cotidianas em Paraty se inscreve dentro de temática previamente escolhida, pensar a bebida que faz parte do cotidiano. Ter a cachaça enquanto fio condutor de reflexões nos levou ao campo em Paraty, neste encontro (da tensão daquilo que imaginávamos encontrar por lá e do que encontramos ao chegar) o que mais nos chamou a atenção foram as paisagens dos alambiques de cachaça artesanal.

A temática da cachaça conduziu nosso campo, foi por causa dela que decidimos ir a Paraty no período do *XXIX Festival da Cachaça, Cultura e Sabores de Paraty* e que, como forma de descrever diversas experiências, escolhemos chegar alguns dias antes do festival e ir embora alguns dias depois. O que temos a partir daqui são experiências descritas com finalidade de investigação de significados. Um amálgama de intenções com lugares e pessoas encontrados em campo, refletidos com intenção de pensar ritmos e formas de ser nas paisagens que a cachaça cria em Paraty.

Quando falamos em legendar paisagens, pensamos em como as nossas expressões são carregadas de representatividade geográfica. Tentando registrar determinado espaço-tempo criamos com nossas palavras a possibilidade de acesso ao conhecimento intuitivo gerado na interação com o mundo (nossa experiência) – junto a um processo contínuo de significação e ressignificação. É com linguagem que dividimos nossas experiências e por ela temos a oportunidade de refletir a dos outros. Falamos em legendagem como expressão desse conhecimento intuitivo em forma acessível e compartilhável.

Legendar a paisagem é uma tentativa de expressar nossa forma de compreender o mundo. Wilhelm von Humboldt teoriza a linguagem como o complemento do ato de pensar, ela é a intenção de elevar nossas impressões externas e sensações internas (quando ainda estão desorganizadas e confusas) à condição de conceitos nítidos. Com a

linguagem criamos conceitos novos e ligamos conceitos uns aos outros. Para Humboldt, a língua é a expressão de um povo já que se situa “no espaço intermediário entre o mundo externo, aparente, e o mundo interno que age em nós”. A língua é entidade ambivalente, geral e individual, universal e privada (HUMBOLDT apud GONÇALVES, 2008, p.54-55), é análoga à relação homem-terra, é geral enquanto tentativa de expressar externalidades terrenas, é particular enquanto organização específica de certo ponto vista. Nessa mediação nem tudo é traduzível já que

o pensamento nunca trata de um objeto de modo isolado e nunca necessita dele dentro de toda realidade. Ele apenas corta ligações, relações, pontos de vista e os conecta. [...] também no caso de objetos completamente sensíveis as palavras de línguas diferentes não são sinônimos perfeitos [...] e quem diz *hyppos, equus* e *Pferd* não diz perfeitamente a mesma coisa (HUMBOLDT apud SELIGMANN-SILVA, 2005, p.172-173 – grifos do autor).

Logo, a linguagem é expressão de cosmovisão. Mesmo assim, prestar atenção às *grafias* é uma forma válida justamente pelo fundamento geográfico da linguagem, o simbolismo comum se funda no real, assim como o real é também alimento do imaginário pessoal, de modo que real e o imaginário não são excludentes, eles formam o mundo. Merleau-Ponty (apud SILVA JR., s/d) afirma que “o real é tecido sólido, não espera nossos juízos para anexar os fenômenos mais surpreendentes nem para rejeitar nossas imaginações mais verdadeiras”. Então, as formulações sobre o mundo, mesmo que individuais, estão baseadas em um lugar comum e o imaginário do lugar o compõem tal qual sua materialidade.

Claude Raffestin refletindo sobre o livro de Dardel, *O homem e a terra: natureza da realidade geográfica*, afirma: “Produrremo una geografia totalmente irreal se presentissimo solo ciò che è razionale, coerente e ben fondato. Un paesaggio è un’immagine frutto sia della nostra razionalità che della nostra irrazionalità [...]” (RAFFESTIN, 1986, p.138). Lowenthal (1982) afirma que compartilhamos de uma visão de mundo bem fundamentada, que até pode ter erros por serem imaginadas, mas com certeza não está sendo contruída em base insegura, é assim que as geografias pessoais compõem o mundo.

Logo, como parte de nossa visão de mundo, o imaginário deve fazer parte também da ciência, para sustentar análises, de diversas geografias.

E como lidar com o imaginário, o irracional, o simbólico e as incertezas dentro do método proposto?

Já declaramos antes que nos baseamos em leituras da Geografia Humanista Cultural para pensar as paisagens de Paraty, porém, é importante refletir sobre as palavras de Silva (2000) quando afirma que a teoria deve orientar o trabalho e não ser um fim em si mesma:

De certo modo, o teórico é um cego. Apesar de possuir a visão, o seu ver diferencia-se de seu olhar. E também do enxergar. Mas a teoria não deve ser um fim em si mesma. Ela deve orientar o trabalho. Se ela é uma grandiosa elaboração do cérebro humano, ela está, ou deve estar, voltada para a solução dos problemas com que se defrontam as pessoas no seu cotidiano. Em outras palavras, o conhecimento deve ser útil (SILVA, 2000, p. 23).

Da mesma forma, Paul Feyerabend, refletindo sobre o racionalismo crítico de Popper irá afirmar que a ciência também é influenciada por eventos “não-científicos”, ou seja, por desvios de método.

A história de modo geral, e a história da revolução, em particular, é sempre mais rica em conteúdo, mais variada, mais multiforme, mais viva e sutil do que mesmo o melhor historiador e o melhor metodólogo podem imaginar. A história está cheia de ‘acidentes e conjuntas e curiosas justaposição de eventos’ e demonstra-nos a complexidade da mudança humana e o caráter imprevisível das consequências últimas de qualquer ato ou decisão dos homens. Devemos realmente acreditar que as regras ingênuas e simplórias que os metodólogos tomam como guia são capazes de explicar tal ‘labirinto de interações?’ (FEYERABEND, 2003, p.31-32).

Assim a metodologia utilizada conta com reflexões baseadas na Geografia Humanista Cultural e não exatamente numa receita de método com pretensa intenção de nos levar ao caminho da verdade. Concordamos com Feyerabend (2003, p.46) quando afirma que

[...] o conhecimento não é uma série de teorias autoconsistentes que converge para um concepção ideal; não é uma aproximação gradual à verdade. É, antes, um sempre crescente oceano de alternativas mutuamente incompatíveis, no qual cada teoria, cada conto de fadas e cada mito que faz parte da coleção força os outros a uma articulação maior, todos contribuindo, mediante esse processo de competição, para o desenvolvimento de nossa consciência.

Nesse sentido, o Humanismo em Geografia clama por um pensar menos preso ao método e mais ligado à própria dinâmica da vida. Anne Buttimer em seu texto

sobre o dinamismo do mundo vivido afirma que os entusiastas do rigor científico vêm na experiência vivida um fantasma, um complicador que desvia o curso da ciência objetiva, quando na verdade precisamos colocar nossas maneiras de conhecer em harmonia mais estreita com nossa maneira de ser no mundo (BUTTIMER, 1982, p.166-167). E nossa maneira de ser no mundo com certeza não segue à risca uma fórmula, ao contrário, são várias as lógicas que conduzem o viver. O método do conhecimento que pensa o mundo, não segue a lógica do viver o mundo.

2.3 Paisagem, cultura e cotidiano

Nossa intenção ao nos aproximarmos das paisagens de Paraty através do cotidiano é tentar criar uma maneira de abordar esse dinamismo do vivido, inspirados pelo trabalho de campo, pretendemos diferenciar paisagens por padrões de uso dos tradicionais alambiques de Paraty. Em seu livro *Geography and the Human Spirit*, Anne Buttimer exprime o mundo como um mosaico de formas e padrões que sempre despertaram a curiosidade do ser humano. Nas origens das expressões artísticas, da investigação filosófica e da linguagem está o nosso interesse em reconhecer formas e padrões, similaridades e diferenças entre pessoas, lugares, eventos e outras variedades de formas na terra. Ilustrando essa reflexão a autora nos traz a seguinte citação:

Beat of the traffic, pulse of the phone, the long cycles of the angle of the sun in the sky. Patterns, rhythms. We live by patterns. Intervals. Repetitions...To perceive a pattern means that we have already formed an idea what's next. Rhythms in space. A great scientist said that there's no science without measurement and quantity – but he was wrong, for in science as in life, patterns come even before numbers... The spiral of a snail's shell, the spiral of the great nebula in Andromeda... Folding of rocks and meanders of rivers. Music is *all* pattern—too regular and the music is banal, but a great composer teases our sense of pattern, upsets expectations but then resolves the complexity by reimposing the pattern at a more encompassing level. Symmetry. Broken symmetry. Mathematics itself, in large part, is the recognition and pursuit of patterns in numbers. (JUDSON apud BUTTIMER, 1993, p.87 – grifos do autor).

Nessa busca por padrões buscamos e criamos simbolismos no espaço, as coisas ganham traços de nossa personalidade e são encaixadas em parâmetros do humano. Buttimer comenta também como paisagens da Grécia clássica cheias de harmonia espacial e

proporções geométricas são testemunhas de um tipo de interpretação de formas e padrões. Comenta que o Anfiteatro de Epidauro que é dedicado a Dionísio, é construído de modo que hoje podemos pensar em perfeita sintonia de acústica, matemática e estética, mas que as formas na verdade tinham intenção de cura através da elevação do espírito e da interpretação dramática do sentido da vida. Como forma de contrapor essas interpretações de hoje, conta sobre a árvore *Yggdrasil*, centro dos nove mundos da cosmologia nórdica. Suas raízes se ligam a um submundo, o tronco atravessa o mundo dos mortais e os ramos levam para o mundo dos deuses, seus frutos contém as respostas das grandes perguntas da humanidade, por isso, são guardados pelas deusas que guardam o local onde são recebidos os *vikings* que morreram com honra em batalha.

Richard Sennett ao investigar as cidades pensando a experiência corporal no seu livro *Carne e pedra* mostra, por exemplo, as influências da descoberta da circulação sanguínea (conhecimento que revolucionou a compreensão do corpo) nos modelos de projeção de tráfego das cidades da civilização ocidental. Sennett relaciona também a descoberta da pele como “membrana que permite que o sangue respire” e por isso, deve ser mantida limpa, com o período em que os grandes centros europeus começaram a cuidar da limpeza urbana com a canalização de buracos e depressões cheios de urina para esgotos subterrâneos (SENNETT, 2006, p.213-224).

Referências a características humanas projetadas no espaço podem ser encontradas também em textos que falam de uma “esquizofrenia do espaço”, dos “olhos da rua”, numa “dança dos lugares”... É interessante pensar como a capacidade do ser humano de interpretar formas baseia-se nelas e ao mesmo tempo vai além delas. Aliás, melhor explorado em outras áreas, este é o princípio do teste de *Rorschach*, teste psicológico baseado na interpretação das respostas que cada pessoa dá ao ver uma sequência de pranchas com manchas abstratas. A mesma mancha pode ser vista como diferentes coisas, a depender da pessoa e da projeção feita por esta (SANTOANTONIO; ANTÚNEZ, 2010).

Esses exemplos mostram claramente como nossas concepções de mundo, cosmogonias e cultura estão presentes no modo em que construímos o espaço. Estando atentos a estas simbologias podemos ressaltá-las quando investigamos paisagens. Eis aí o

porquê elementos, tais como a imaginação, devem ser considerados tanto quanto os elementos visíveis da paisagem. O espaço assim considerado é extensão de nossos sentidos, é imaginação.

Neste sentido, se mudamos o foco de atenção daquilo que iremos investigar, mudamos também as perguntas, as posturas que adotamos ao longo da pesquisa. Já que a paisagem não é apenas um pano de fundo estético, nossas atitudes e atividades são marcas significativas (RELPH, 1976, p.122), outros elementos a serem investigados.

A realidade geográfica é, para o homem, então o lugar onde ele está, os lugares de sua infância, o ambiente que atrai sua presença. Terras que ele pisa ou onde ele trabalha, o horizonte do seu vale, ou a sua rua, o seu bairro, seus deslocamentos cotidianos através da cidade. A realidade geográfica exige, às vezes, duramente, o trabalho e o sofrimento dos homens. Ela o restringe e o aprisiona, o ata à “gleba”, horizonte estreito imposto pela vida ou pela sociedade a seus gestos e a seus pensamentos. A cor, o modelado, os odores do solo, o arranjo vegetal se misturam com as lembranças, com todos os estados afetivos, com as ideias, mesmo aquelas que acreditamos serem as mais independentes. [...] A realidade geográfica exige uma adesão total do sujeito, através de sua vida afetiva, de seu corpo, de seus hábitos, que ele chega a esquecer-los, como pode esquecer sua própria vida orgânica. Ela está, contudo, oculta e pronta para se revelar (DARDEL, 2011, p34).

Esse estudo orientado por leituras humanistas busca mosaico de formas e padrões, observando usos em paisagens que serão legendadas pensando nas grafias cotidianas. Assim como no teste de *Rorschach*, explicitamos nossas projeções das manchas (fragmentos do recorte têmporo-espacial) de Paraty.

Como analogia, as paisagens seriam a projeção dessas manchas, há algo de pessoal nelas (o processo que nos faz ir além, nos faz imaginar), mas elas se baseiam em coisas externas a nós, no desenho das manchas. Construimos então imagens que são em nós a maneira de compreender tais formas.

Grandes intervenções humanas no espaço podem causar bastante espanto, seja pela magnitude, seja pela capacidade de transformação que carregamos nas mãos. Uma grande usina instalada em meio a pastagens e plantações, em um lugar ermo, olhada de longe pode dar impressão de solidão, que faria aquele “pequeno pedaço de cidade” em meio a um contexto rural? Olhada de perto pode dar medo, uma estrutura grande e artificial que brota

da terra é de certa forma mágica não? Como ela foi criada ali? E porque afirmar medos e magias? Porque afirmar que é fora de contexto se a usina se encontra ali?

Como habitantes de grande metrópole muitas foram as vezes que nos perguntamos como é que sabíamos o que era o rural. Afinal, se o cotidiano se dava sobre vias asfaltadas, com movimentos, cores e sons do urbano, como podíamos saber o que era o rural? Afirmar o que era ou não era coisa de cidade? Os caminhos que ligam cidade e campo podem ser muito parecidos, porque diferenciá-los? As formas rurais são tão humanamente manipuladas quanto as formas da cidade, ou não?

Berque (2009) afirma que a noção de rural com significado de “natural” foi construída por uma classe ociosa que não via diferença entre 5.000 anos de trabalho camponês e lugares intocados, sem a presença humana. A terra arada tornou-se *natureza*, apagando a dimensão humana da construção destas paisagens. As paisagens rurais são construídas tanto quanto as urbanas. São diferentemente, todavia, também formatadas.

Na construção do campo há um compartilhamento de conhecimentos e práticas, uma *trajecção* (HOLZER, 2008), que institui uma realidade humana através da “formatação” que damos ao mundo. Não se pode falar em absolutamente objetivo, nem absolutamente subjetivo. Deixamos de afirmar o átomo porque não os vemos? O petróleo, por exemplo, é materialidade, mas, só é recurso porque criamos um motor à combustão, é assim que existe para nós (BERQUE, 2009). Discorremos sobre paisagens e cotidianos para realçar essa humanidade como elemento central. Nossa forma de entender o mundo é imaginada, construímos, inventamos, compartilhamos num processo de criação de cultura traz esse imaginário (expressão essencialmente humana).

Essa abordagem favorece a diversidade de pontos de vista, avalia o que é consciente mas também inconsciente, realça como a relação sujeito e objeto possui diversas nuances, diversos elementos componentes da paisagem. A cultura de um lugar é imaginário, mas também são modos de fazer (criados em determinado contexto, determinada espacialidade). A repetição dessas técnicas que “deram certo” cria ritmos cotidianos, característicos de determinada paisagem – cultura de um lugar.

As paisagens são os contextos [...] da existência quotidiana, embora eu suponha que pouca gente utilize frequentemente a palavra “paisagem” para descrever o que se vê ao caminhar pela rua, ou através do vidro do carro. No entanto, manipulamos as paisagens dos jardins, desfrutamos de um calmo prazer ao contemplar a sua silhueta num por do sol, ou ao vê-los iluminados pelo sol, quando este surge depois de uma trovoadas; absorvemos as paisagens como turistas e filmamo-las inconscientemente. [...] Tudo sugere que as paisagens são coisas óbvias. No entanto, quando tentamos analisá-las, logo se afigura que, em primeiro lugar, são tão familiares e envolventes que se torna difícil enquadrá-las numa perspectiva nítida e, em segundo lugar, que não podem ser facilmente desmontadas nas suas partes constitutivas, como os edifícios e ruas, sem perder o sentido da panorâmica geral. Portanto, as paisagens são simultaneamente tão óbvias e esquivas; aparentemente sabemos exatamente o que são, até o momento de escrever sobre elas, ou modificá-las de alguma maneira; e então se tornam enigmáticas e frágeis [...] as paisagens são coisas substanciais, embora intangíveis (RELPH apud KANASHIRO, 2006).

O que pretendemos é realçar essa panorâmica geral, entender que por muito tempo a paisagem foi tratada de maneira desintegrada, desmontada de suas características constitutivas, pensada apenas como visual. A paisagem é ambígua, transformada através dos tempos, tem várias perspectivas. Pensando a paisagem e a repetição de técnicas específicas que cria culturas nos lembramos de texto que compara questões biológicas e culturais.

Lucy Machado usa ideia do biólogo Dawkins que reflete sobre a afinidade humana com certos aspectos naturais. Analogamente ao gene, a reprodução da cultura é também uma fórmula especial de reprodução. Nos dois casos, apesar da essência conservadora ambos são a base de transformações revolucionárias. E se o gene já é um extraordinário replicador, a cultura é ainda melhor, pois não tendo a limitação “de um para outro” é mais veloz. Uma proposta é feita, dar um nome a esta replicação cultural. Do grego *mimeme*, Dawkins propõe que se chame *meme* a unidade de imitação que reproduzida é associada à memória (MACHADO, 2006, p.148-149). Os modos de fazer são *memes*, reprodução de técnicas de determinado lugar. Assim, a memória é também forma de acessar a paisagem e sua cultura.

A geografia está nesse encontro com os lugares. Com a curiosidade nos conscientizamos do mundo, nos identificamos, criamos caminhos, caminhos fluidos (*trajeção*) com o mundo.

Há um sentimento de integridade ressaltado ao tentarmos abordar a complexidade que institui o simples dia-a-dia. Assim como a terra arada (campo) um dia deixou de ser vista como trabalho humano para virar “natureza”, os entrelaces cotidianos deixaram de ser notáveis ou dignos de serem observados cientificamente. Em nome da racionalidade, simulações previsíveis e reproduzíveis são melhores que o caos continuado e incertezas que constroem a realidade.

Patrimônios culturais podem ser imateriais, ou seja, menos relacionados ao *real* e mais atrelados ao imaginário. Se cachaça é nome oficial, no dia-a-dia ela pode ser pinga, canjebrina, branquinha, água que passarinho não bebe, abrideira, saideira, otim, capote de pobre, marafo¹²...

Cascudo escreve em seu livro sobre o que chama de cotidiano vulgar e cachaça humilde e rústica. O que antes era um texto folclórico se tornou um livro por exigência de amigos e leitores. Mesmo virando livro, manteve a característica anterior de relatar o cotidiano, tanto é assim que a conclusão do livro não passa de uma simples despedida com a rústica e cotidiana saideira.

A humildade rústica do motivo, pela vulgaridade cotidiana, constituía "presença" inegável [...] não fiz a história, mas a jornada da cachaça no tempo [...] constata-se que a banalização da cachaça foi o segredo-motor de sua sobrevivência. Ficou com o povo, não numa quinta fidalga do Minho, e essa força obscura garantiu-lhe a contemporaneidade funcional. Não lhe estudei o folclore, as aplicações da terapêutica supesticiosa, os ritos da consumação plebéia [...] Pelo Nordeste brasileiro, a Saideira é o derradeiro gole, o último copo, o brinde terminal da despedida jubilosa. Essa é a Saideira, amigos! (CASCUDO, 1986, p.82)

Ao afirmar que a cachaça sobreviveu porque foi banalizada, afirma a pouca importância dada aos conhecimentos que acontecem sempre em nosso simples dia-a-dia. Por toda a vida, diariamente, estabelecemos essa relação com os ambientes e formulamos imagens e reproduzimos *memes*, por mais óbvio que pareça, cotidianamente vivemos o mundo.

¹² O marafo, assim como na expressão *Aqua ardens*, se refere à relação água e fogo, que a umbanda associa com vitalidade. A combinação oposta de água e fogo, já que incomum, faz com que o uso da bebida seja feito apenas em ocasiões especiais.

Assim como a caça não é nobre e está vetada das oficiais reuniões formais, esses conhecimentos simples dia-a-dia parecem proibidos aos estudos científicos que exigem provas reais, confirmação através de reprodução, generalização através da criação de modelos. Porém, realçar esse cotidiano é mais ou menos como usar lupa para ver detalhes do que contestar as generalidades mais evidentes. Cascudo segue os ensinamentos da caça, faz com que seu texto sobreviva por falar destes conhecimentos banais e se a geografia está em toda a parte (COSGROVE, 1998), há muita geografia neste estudo da caça.

3. PAISAGENS DA CACHAÇA EM PARATY

O Brasil é comunidade imaginada, ou seja, certas práticas tidas como nacionais não necessariamente ocorrem em todos os lugares da nação mas são imaginadas enquanto tal (ANDERSON apud BERG, 2008). Acreditando que certos lugares nos mostram uma relação de maior proximidade com a cachaça que outros, partimos em busca daqueles que teriam a presença da cachaça mais marcada em sua dinâmica cotidiana. A pista que seguimos nos remete às imagens que aparecem no item 1 – *Brasil, cachaça, estradas reais e Paraty*.

Lugares que produzem a cachaça de maneira tradicional pareciam ser a chave dessa busca, afinal, ao preservarem um modo de fazer a bebida conservado através dos tempos, acreditávamos que, estariam também preservando práticas de consumo mais naturalmente ligadas ao cotidiano do que aquelas dos lugares que se distanciam das tradições e mitos envolvidos na tradicional forma de produzir. Relembrando que o método da pesquisa não segue um passo-a-passo para encontrar uma verdade mas necessariamente se volta ao mundo como expressão de nossa existência, procuramos então na constituição de paisagens, expressões humanas do mundo vivido, as brasileiras imagens da cachaça.

Com esta perspectiva, se as imagens vinculam Estrada Real e cachaça, é via Estrada Real que investigamos paisagens. Entre 15 e 25 de agosto de 2011 se deu em Paraty o *XXIX Festival da Cachaça, Cultura e Sabores de Paraty*, a exaltação da bebida gerada pelo evento nos pareceu momento apropriado para a realização do trabalho de campo que buscava paisagens constituídas com imagens da cachaça. A temática do evento obviamente o destaca como objeto de estudos, porém, dentro da dinâmica cotidiana de Paraty o que mais chama a atenção são os alambiques produtores de sua famosa cachaça artesanal.

Como fazem parte do circuito turístico da região e como o turismo é atividade que se destaca no dia-a-dia de Paraty, a cachaça e seus alambiques são oferecidos como experiência turística possível na cidade. Diferentemente de quando estivemos em

Minas Gerais, onde os convites para provar a cachaça eram constantes e onde se podia ver a cachaça sendo consumida em bares e mesmo ser exaltada pelos donos dos estabelecimentos como produto a ser experimentado por aqueles que ainda não o conhecem, em Paraty os bares não parecem ter a cachaça como foco central, ao contrário, é mais fácil encontrar bares que oferecem chopps diferenciados e cervejas especiais, que um que seja especializado em cachaças. A cachaça consta no cardápio de vários deles, mas não necessariamente ganham destaque e nem parecem ser muito consumida pelos clientes.

Para quem chega a Paraty é mais fácil ver a cachaça vinculada ao circuito turístico: ela aparece nos anúncios das operadoras de turismo, nas lojas especializadas do centro histórico ou nos folders da APACAP (Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça Artesanal de Paraty). É assim que os alambiques acabam por aparecer em destaque em nossa busca por paisagens da cachaça em Paraty e como nossa viagem guiada por imagens discutidas no item 1 nos fez chegar à cidade no período do Festival da Cachaça, o festival aparece também como parte integrante destas paisagens.

3.1 Os alambiques, o lugar e as paisagens do lugar

Paraty possui sete alambiques com produção e venda comercial de cachaça e um com produção de cachaça e venda em pequena escala, apenas para aqueles que visitam o alambique. Esses alambiques produzem as cachaças: *Coqueiro, Corisco, Maré Cheia, Maria Izabel, Pedra Branca, Engenho D'Ouro, Paratiana e Murycana* (Figura 3).

Este conjunto de cachaças se apresenta como remanescentes da *Parati*, cachaça de qualidade, que desde 1600 “já era sinônimo não apenas de ‘cachaça’, mas de ‘aguardente’ de cana-de-açúcar de qualidade superior” (DESTILARIA ENGENHO D'ÁGUA, s/d).

Teria existido em algum momento uma cachaça de marca *Parati* ou este rótulo serviria a todas as cachaças produzidas em Paraty? A fama da *Parati* parece se dar pelo lugar de produção e não por um rótulo de alguma das cachaças lá produzidas. Assim,

poderíamos falar em “Paratis” de Paraty. A vinculação da toponímia com a bebida expressa uma relação única onde o lugar dá certas características à cachaça que a faz, senão melhor, bastante diferente das outras. A vinculação da toponímia se observa no slogan “berço das cachaças do Brasil”, em textos de divulgação turística e principalmente na fala das pessoas.

Figura 3 – Alambiques produtores de cachaça artesanal em Paraty



Fonte: Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça Artesanal de Paraty (APACAP).

Seus engenhos foram instalados ainda no período em que era ligada à capitania de São Vicente. Devido a características de solo, a cana produzida pouco servia à produção de açúcar, fazendo da produção de cachaça um negócio mais rentável. Assim, a produção de cachaça começa a ser privilegiada, chegando a mais de 100 alambiques no período da escravidão¹³ (CÂMARA, 2004).

O *tradicional* é característica das cachaças e também de Paraty, ele aparece nas diversas falas sobre o processo de produção da cachaça (herança de aproximadamente 450 anos atrás), nas descrições do lugar como um museu (fruto do porto de exportar e importar riquezas que Paraty fora no passado). E o que há de tão especial em Paraty para que suas cachaças sejam tão diferentes?

As cachaças de Paraty possuem *Selo de Indicação Geográfica*, algo semelhante ao *Indicação Geográfica Típica* para vinhos italianos ou *Denominação de Origem Protegida* que visa proteger culinárias regionais da Europa. Segundo o catálogo de Indicações Geográficas Brasileiras, estas são “ferramentas de proteção e promoção comercial de produtos tradicionais vinculados a determinados territórios”, servem para “promover os produtos e sua herança cultural que é intransferível” (INPI; SEBRAE, 2010, p.9).

O selo tem a intenção de proteção à tradição de produção de cachaça em Paraty, porém, em conversas com donos de alambiques, descobrimos que não há um modo de fazer específico de todos os alambiques de Paraty, ao contrário, cada alambique parece ter segredos próprios com relação ao modo de produzir. Se não há um modo exclusivo de produção em todos os alambiques, nos perguntamos: para que serve um selo que não salvaguarda uma maneira específica de fazer?

Ao que parece nem sempre é possível utilizar cana produzida em Paraty. Depois de algum tempo de conversa, alguns produtores admitem que recorrem à cana de Caçapava, no vale do Paraíba paulista (reconhecidamente uma cana boa para a produção do

¹³ A Revolta da Cachaça acontece porque 112 senhores de engenho não acatam a decisão de proibição do fábriço e comércio do “vinho de mel da cana” (CÂMARA, p.20). Esta informação nos dá uma ideia da quantidade de alambiques existentes em 1660.

caldo de cana)¹⁴. Isto porque a produção de cana em Paraty não é de larga escala e há conflitos de uso da terra, já que a cidade possui diversas reservas ambientais e unidades de conservação¹⁵. Porém, diferentemente do selo *Denominação de Origem*, o selo de *Indicação Geográfica* usa da toponímia para exaltar a fama de centros de extração ou de produção de determinado produto (APACAP, s/d). Assim, o que o selo atesta é que houve movimentações em determinado lugar que o fizeram famoso pela produção de determinado produto, não exatamente garante a reprodução das técnicas criadas neste lugar.

Mas se o selo de *Indicação Geográfica* não exige a reprodução de técnicas, onde estaria a tradição destes se não há um modo específico de fazer ou se não há o uso de matérias-primas locais? A tradição é apenas uma referência ao passado? Forma de marcar o pioneirismo que um dia fez as cachaças boas serem chamadas de “Paratis”? Como seria essa relação com o tradicional em cada alambique?

Encontramos diferentes situações em cada engenho: engenhos como o *Coqueiro* e o *Corisco* são da década de 1940, já outros como o *Engenho D’ouro* e o *Maré Cheia* tem pouco mais de dez anos. A cachaça *Coqueiro* é produzida por Eduardo Mello, um anúncio na entrada do próprio alambique afirma que ele é herdeiro dos segredos da família Mello que há cerca de 200 anos produz cachaça na região. De forma semelhante, o alambiqueiro do *Maré Cheia* é conhecido por ter trabalhado em outros alambiques, depois de aprender bem o ofício montou seu próprio negócio. Já no caso do *Engenho Corisco* a família de Luís, atual dono, adquiriu o alambique sem ter tradição na produção da bebida. A forma de fazer foi aprendida com a família Mello¹⁶. No *Engenho D’Ouro* a conversa que tivemos foi com um gerente (não com dono) de um alambique que possui 11 anos apenas e que parece ter sido criado com intenções apenas comerciais.

¹⁴ A produção da cachaça envolve a fermentação do caldo da cana com posterior destilação do produto fermentado.

¹⁵ Paraty possui legislação municipal, estadual e federal que protege cerca de dois terços do município. A Mata Atlântica é bem preservada na região (REVISTA TURISMO, 2002).

¹⁶ É interessante notar como em todas conversas que tivemos com Luís, ele sempre se referiu à família Mello como “detentora” de conhecimento tradicional sobre cachaça. Dando pouco valor às informações que ele nos dava, nos pedia sempre para conversarmos assuntos sobre o histórico da cachaça no *Engenho Coqueiro* com Eduardo Mello.

O *Engenho D'Ouro* se localiza próximo à saída do Caminho do Ouro (trecho da Estrada Real preservado e revitalizado como trilha turística onde encontramos também o Centro de Informações Turísticas do Caminho do Ouro) e próximo à igreja Nossa Senhora da Penha, dois importantes pontos turísticos de Paraty. Possui uma loja anexa ao alambique para vender as cachaças e farinha de mandioca produzida ali. A loja expõe as peças do alambique como forma de mostrar ao visitante o passo-a-passo da produção da cachaça. O engenho possui um restaurante de tamanho relativamente grande para recepcionar os turistas que vão visitar este ponto de Paraty (seja o Caminho do Ouro, seja a Cachoeira do Penha ou Cachoeira do Escorrega, seja o próprio alambique). Anexo ao *Engenho D'Ouro* há também uma lanchonete que vende famosos pastéis e que abre também em dias nos quais o restaurante está fechado.

É comum encontrar informações relacionadas às rodas d'água como ligadas à noção de *tradicional*, como algo que remonta tempos remotos. Incrivelmente o *Engenho D'Ouro* possui roda d'água para mover o alambique e a produção de farinha, o que demonstra certa preocupação com esta forma tradicional de produção apesar do pouco tempo de existência (seja porque busca resgatar esses conhecimentos, seja porque deseja comercialmente vender tais imagens).

Outro alambique que se assemelha ao *Engenho D'Ouro* é o *Pedra Branca*. Sua loja vende lembranças como pequenas garrafas de chocolate com recheio de cachaça do tipo Gabriela, doces como a bala de gelatina e outros não relacionados à cachaça, como salgadinhos do tipo Cheetos e Fandangos. Diferencia-se de outros alambiques pela extrema limpeza dos ambientes¹⁷ e não só da sala que comporta os tonéis de aço para a fermentação do caldo, nitidamente um atração pensada para os turistas e não somente para o fabrico de cachaças. Na parede de uma das salas, diversos certificados de concursos de coquetelaria e outros documentos como alvará de licença, CNPJ, certificado de inspeção sanitária e o registro de indicação geográfica. Tudo bem organizado de forma que este alambique se

¹⁷ Assepsia semelhante a de locais como um *shopping center*, bem diferente de todos os outros alambiques visitados. A limpeza neste caso não é o oposto de sujeira, o que desejamos destacar é que nos outros alambiques é comum observarmos resíduos da produção com o costumeiro cheiro meio azedo, meio doce do processo de fermentação.

destaca até mesmo dos outros em Paraty, mesmo aqueles que possuem lojas especialmente voltadas ao visitante, têm aspecto mais rústico do que o *Pedra Branca*.

Localizado próximo a cachoeiras, recebe muitos *Jeeps* cheios de turistas por conta dos pacotes de turismo vendidos nas operadoras de turismo do centro. Durante a visita ao alambique, nos surpreendemos com a quantidade de outros *Jeeps* que seguiam pela estrada e que estavam estacionados no alambique ao chegarmos. O pacote turístico vende passeio de *Jeep* que passa por alambiques (como os da *Fazenda Murycana*, *Engenho D'Ouro* e *Pedra Branca*), cachoeiras e restaurantes.

A *Fazenda Murycana* parece seguir o mesmo estilo dos outros alambiques, com a cobrança de R\$5,00 para o ingresso, a fazenda conta com restaurante, museu e com trilhas e caminhadas para cachoeiras, além do próprio alambique. No caso da cachaça *Murycana*, a venda é feita somente na fazenda, afirmando-se que esta prática garante a procedência da cachaça. Todavia, um guia turístico da região afirma que a *Murycana* deixou de vender cachaça para investir no turismo por ser mais rentável. Nota-se também que alambiques como o *Engenho D'Ouro* e o *Pedra Branca* possuem produção de cachaça anual muito menores que as de Engenhos como o *Corisco* e o *Coqueiro*, segundo informações dadas pelos próprios produtores e disponíveis nos sites dos engenhos.

Diferente desses, o *Engenho Coqueiro* fica em lugar mais afastado de outras atrações turísticas. Uma estrada de terra nos leva até a fazenda Cabral. Fazenda que possui criação de animais tais como galinha d'angola, peru e pato. Na entrada, mobiliário de jardim feito com peças antigas do alambique. Um poster informa sobre a tradição paratiense de produção de cachaça, a relação da família Mello com a cachaça e o fato de a cachaça *Coqueiro* ser a primeira cachaça brasileira a receber selo de excelência do Ministério da Agricultura.

Uma pessoa uniformizada vende as cachaças produzidas na própria sala onde ocorre a destilação. Esta, depois nos guia em visita pelos amplos salões do engenho, explicando detalhadamente o passo-a-passo da produção. É possível ver trabalhadores descarregando cana do lado de fora. Na parede do salão de destilação, quadros com todos os cartazes dos anteriores *Festivais da Pinga*, um mapa da Estrada Real, pingas e ferramentas em

exposição. Um poster da APACAP mostra o *selo de indicação geográfica* próximo a uma máquina que faz o diferencial da cachaça *Coqueiro*, o filtro de cobre que retira o excesso de subprodutos da destilação e faz com que a *Coqueiro* tenha o selo de excelência. Este é um equipamento que não faz parte de nenhum outro alambique visitado.

No caso do alambique *Maria Izabel*, o sítio localizado à beira-mar é lugar tranquilo onde a luz elétrica só chegou em 2005. As primeiras mudas de cana foram trazidas pela dona que resolveu retomar o ofício que fora de seu avô e bisavô criando seu próprio alambique quando, depois de ter morado em São Paulo, retornou a Paraty. Para isso, visitou muitos alambiques e os melhores alambiqueiros, procura que mostra certa preocupação com a ideia de tradicional. Apesar da família já ter sido produtora, a cachaça *Maria Izabel* é produzida desde 1997. A produção da cachaça é intitulada orgânica pelo fato do plantio da cana não levar agrotóxico e por ser feita a partir de fermentação natural. A cana é plantada na própria propriedade.

Já o *Engenho Corisco* ao invés de estar em fazenda afastada, fica em meio ao bairro Corisco. Na verdade se localiza na parte alta do bairro, conhecida como Corisquinho. As casas que vemos parecem ser de famílias de baixa renda. Apesar de não ser muito distante do centro, o acesso ao local é prejudicado por se dar através de ônibus que sai do centro apenas a cada duas horas e meia. No ônibus é possível ver muitas crianças, mesmo em diversos horários, posteriormente veremos que mesmo elas possuem ligação com o engenho.

Uma casa simples abriga o alambique de cobre, os tonéis de inox e os barris de envelhecimento que fica em frente a uma casa de fazer farinha de mandioca. A produção da cachaça é movida por roda d'água também, assim como a casa de Farinha, o relevo de Paraty facilita o uso deste instrumento. Um clima de amizade envolve os trabalhadores deste alambique, a vizinha amiga, dona de bar no bairro, trabalha ajudando a rotular garrafas, torna-se força extra para dar conta do volume de produção exigido pelo *Festival da Cachaça*. Diferentemente do *Engenho Coqueiro*, ali ninguém usa uniforme. Dois irmãos trabalham em parceria tocando o alambique.

A visita de moradores ao alambique parece ser frequente. Parece comum o fato de as pessoas passarem no alambique com suas próprias garrafas para comprar a cachaça. Antes de ganhar o rótulo da Corisco, a cachaça sai a preço mais barato, parece comum que as pessoas levem seu próprio recipiente e a comprem. Em conversa com um destes compradores ouvimos que a cachaça *Corisco* é a favorita de Paraty, de modo que se torna muito vantajoso ir ao alambique adquiri-la por um preço mais baixo¹⁸.

E como fica o significado de tradição quando comparamos a situação dos alambiques de Paraty e os que tivemos oportunidade de conhecer na antiga Calambau?

Uma longa estrada de terra nos conduz da cidade de Ubá (próximo à Viçosa) até Calambau¹⁹. No caminho, apenas vemos fazendas. No caso da *Fazenda Água Limpa*, a produção de cachaça se faz desde 1888 no mesmo lugar. Um casarão grande que ainda abriga a família, nos fundos possui uma roda d'água para a produção da cachaça *Água Limpa*. Há na fazenda criação de patos e galinhas, somos recepcionados por eles na chegada. Guardam em local específico a cana moída, reutilizada como combustível de queima para aquecer o alambique. No porão da casa, os tonéis de pinga são guardados em um ambiente pequeno e com pouca luz. A destilação é feita ao ar livre e não em salas como os alambiques visitados em Paraty. Aos que se aventuram a visitar a fazenda, a venda da cachaça é feita em garrafas PET, já que as garrafas de vidro são compradas de acordo com as encomendas e com o volume de pedidos feitos aos donos.

No caso da cachaça *Calambau*, um alambique movido a motor funciona ao lado de um grande local de engarrafamento. A diferença entre este e a *Fazenda Água Limpa* é nítida, o lugar parece muito mais novo e, ao mesmo tempo, mais descuidado. Apesar de iniciar o negócio em 2003, a fabricação da cachaça *Calambau* também é tratada como tradição renovada, recuperação de receita familiar (dos Lisboa) que entre interrupções produzem cachaça desde 1932 na sede da *Fazenda Catas Altas*. A recuperação da cachaça se dá como

¹⁸ Uma dessas pessoas nos disse que sem o rótulo a *Corisco* custa R\$10,00 e já rotulada passa a valer R\$18,00. Afirma que este preço é para turistas, afinal, “turista tem que pagar caro mesmo”.

¹⁹ Nenhuma das pessoas com quem conversamos se referiu à cidade como Presidente Bernardes, nome antigo ou não, todas as pessoas a chamam de Calambau.

renovação de tradição, porém, o modo de fazer se dá em novo formato que visa atender exigentes padrões de qualidade impostos pela legislação.

Seja em Paraty, seja em Minas, há uma valorização do lugar na caracterização da cachaça. Em ambos se apela para a tradição de produção que ao ser retomada parece justificar a qualidade da cachaça. A diferença é que em Paraty remonta-se uma história de cerca de 450 anos atrás, enquanto em Minas a tradição parece ter menos tempo. E, ao contrário do que poderíamos esperar, todos os alambiques de Paraty são mais novos que os da cachaça *Água Limpa* e *Calambau*, mesmo o *Engenho Coqueiro*, apesar da família Mello ter tradição de produção a fazenda mudou de lugar, e já teve outros rótulos também.

Pensando em tradição, os alambiques apresentam também a cachaça azuladinha. Criada na cidade no começo do século XX, ganhou vários prêmios, é feita com o acréscimo de folhas de tangerina no processo de destilação, com isso, o produto final ganha um leve sabor refrescante e apesar de continuar transparente como a cachaça tradicional, fica azulada quando exposta ao sol ou à luz especial. Quase todos os alambiques produzem a azuladinha e ela é feita apenas em Paraty.

Informações e histórias como a da cachaça azuladinha nos são contadas via circuito turístico, com os guias e cartazes de apresentação da cachaça na entrada dos alambiques. Na busca por paisagens da cachaça em Paraty, fomos levados pelos caminhos do turismo. Nestes, parece haver de necessidade de remontar uma história anterior da bebida, talvez porque a dinâmica atual seja turística, de compra e venda de lugares, retomar uma época na qual a bebida tinha uma importância maior seja estratégia para valorizar um produto que já teve o próprio nome da cidade. Em Paraty o resgate da tradição é também o tema de um evento que tem apenas 29 anos, mas que pretende mudar a imagem da cachaça, deixando de lado seus aspectos negativos para destacar outros que normalmente passam despercebidos. Comida, música e, claro, cachaça são os ingredientes do *Festival da pinga* que acontece nos meses de agosto. A intenção do festival é resgatar a tradição que é tão evocada para a criação e recriação de alambiques.

3.2 O antigo Festival da Pinga e o novo Festival da Cachaça, Cultura e Sabores

Ao chegarmos em Paraty algo nos chamou a atenção: qual era o nome do festival? Da pinga ou da Cachaça? O mais comum é ouvir *Festival da Pinga*. O dono do *Engenho Coqueiro* afirma que o nome do festival foi mudado recentemente, há apenas dois anos. A intenção da mudança seria privilegiar do produto de Paraty, dado que se há uma lei que regulamenta o que é cachaça, nada melhor que dar à festa o nome oficial de seu produto. Além disso, o alambiqueiro da *Coqueiro* afirma ainda que o “cultura e sabores” foi acrescentado para destacar outros elementos que compõem a tradição paratiense e não somente a cachaça. A mudança do nome do evento seria uma forma de mudar o próprio evento que passaria a ter novas características.

A mudança do evento parece deixá-lo mais turístico e menos voltado para os paratienses. Antes de se chamar *Festival da Cachaça, cultura e sabores* o evento era feito com a presença de ceresteiros e músicos da região, com comidas típicas em estrutura de madeira e palha, que lhe dava aspecto mais bonito. Agora o evento está mudado, com estrutura de grande palco pra shows e tenda para abrigar os *stands* das marcas de cachaça, o evento atrai tanta gente que foi mudado para o outro lado do rio, já não ocorrendo contiguamente ao Centro Histórico. Alterando uma característica que é comum na fala das pessoas: o fato de o Centro Histórico ficar tão cheio na época dos Festivais impossibilitando a circulação entre as lojas e restaurantes. O pequeno Centro Histórico pelo qual se pode circular por todo ele em apenas quinze minutos, tornava-se um labirinto com tantas pessoas que fazia com que a entrada e saída no espaço do Festival levasse quase uma hora.

O público do evento mudou, parece não haver mais as brigas de antigamente, com mais turistas e menos pessoas que descem a serra para participar do evento. Segundo alguns, o evento mudou para ficar nos moldes da FLIP (Festa Literária Internacional de Paraty), grande festa que atrai muitos turistas à cidade. De fato a estrutura do evento chama a atenção por ser grandiosa. Na programação, um cantor sertanejo de sucesso nacional encerra o evento. Os *stands* das marcas de cachaça participantes não necessariamente são a centralidade do evento, eles dividem espaço com as tendas de comidas

tailandesa, lasanhas especiais que ao invés da massa levam palmito pupunha, bolinhos de aipim com carne seca a preços pouco acessíveis e comidas flambadas.

A entrada é gratuita mas o evento vende uma canequinha (do tamanho de uma dose de pinga) que serve para experimentar as cachaças. A caneca custa R\$10,00 e dá direito a uma dose de qualquer pinga do evento. Se antes havia degustação gratuita, agora a dose, mesmo para experimentar, custa R\$2,00. A compra da caneca não está vinculada à experimentação das cachaças como acontece em outros festivais da pinga, no de Calambau por exemplo. Se antes o festival visava expor as pingas da cidade, percebemos que existem também outras intenções além desta. Alguns relembram o clima antigo do Festival da Pinga, evento no qual se podia experimentar cachaças a vontade, onde se podia encontrar pessoas que curtiam em casa suas cachaças e as colocavam a venda sem rótulos oficiais. Ao longo do tempo o festival se apresenta mais comercial, com mudança de público-alvo. O nome pinga parece ter sido trocado por cachaça com este tipo de intenção. Pinga seria o modo popular de falar e teria sido tirado do festival para enfatizar essa mudança de perfil que aparece na fala dos frequentadores. Porém, o dono da marca *Coqueiro* falando em nome da APACAP, afirma que a intenção do festival era apenas ressaltar tradições paratienses, que se ele está diferente de outros tempos a culpa é do Secretário da Cultura atual que tomou atitudes que desagradaram aos próprios produtores de cachaça.

Algo parece separar o *Festival da Pinga* do *Festival da Cachaça*, o festival que contava com a participação da população parece aos poucos ser tomado por pessoas que apenas vem curtir uma festa bem estruturada, sem muita ligação com a cidade. Se era uma mudança que já estava em curso, ela parece agora legitimada pela mudança de nome do evento. Durante o festival, encontramos muitas pessoas que estavam na cidade pela primeira vez, ou que pela primeira vez iam ao *Festival da Cachaça*, muitos hospedados em hotéis da cidade, alguns de “bate e volta”, vinham especialmente do litoral norte de São Paulo ou mesmo do Rio de Janeiro.

Como pudemos acompanhar no local no qual nós mesmos estávamos hospedados (albergue próximo ao Centro Histórico), muitos dormiam o dia todo e apenas saíam para ir ao festival. Demonstravam não saber muito sobre os pontos turísticos de

Paraty, ou mesmo sobre cachaça, tendo ido ao festival a convite de amigos ou por conhecer a fama do festival. Não pareciam estar lá para visitar outros pontos turísticos. No caso das pessoas que vão e voltam no mesmo dia, apenas para ver o festival, a falta de relação com a cidade é nítida, Paraty é apenas palco de uma festa, regada à música, comida e bebida onde se pode encontrar muita gente.

Apesar de ser o *Festival da Cachaça*, nem todos frequentadores estão no evento por apreciar a bebida, como pudemos observar pela quantidade de pessoas que preferiam permanecer do lado de fora da tenda, a observar a movimentação, tomando cervejas e *whiskies*, em lugares onde a música desaparece em meio ao barulho que as próprias pessoas fazem. Só não estão separadas do evento porque nitidamente compõem a volumosa quantidade de pessoas que andam amontoadas e despreocupadas preenchendo as ruas do Pontal e do Centro Histórico. A cachaça, apesar de estar no nome do evento, nitidamente não é o que mais se destaca.

Sobre a falta de relação destas pessoas com a cidade, o comentário do guia que nos levou ao Caminho do Ouro é bastante ilustrativo da relação dos turistas com a cidade. Disse ter nos visto lendo em uma lanchonete no centro, e por isso, concluiu que não estávamos aproveitando direito o lugar. Logo enumerou uma série de atividades que uma pessoa “deveria fazer” em Paraty: visitar praias, cachoeiras, trilhas etc. Sentar e parar para observar o centro dava impressão de tristeza, era preciso se movimentar e visitar todos os pontos mencionados. Uma pessoa em viagem, com pouco tempo para visitar tantos lugares, dificilmente perceberá ritmos do lugar, passará em pontos indicados por outros (e não descobertos por si mesmo) que podem ser muito interessantes mas, não são frutos da própria curiosidade, são mais paradas obrigatórias indicadas por alguém que se dispôs a definir e resumir o lugar a determinados e demarcados pontos.

No último dia do *Festival da Cachaça*, num momento em que o Areal estava vazio (horário de transição entre as atrações do dia e da noite) um grupo de pessoas tomou conta das mesas de plástico (que ficam dispostas apenas durante o dia sendo retiradas a noite devido aos shows de música) e as organizaram do modo mais confortável para comportar a roda de samba que estavam armando. Eles tocavam ali, mesmo com um outro som de fundo

(som que era o som oficial do *Festival da Cachaça*) e aos poucos fizeram uma grande roda, as pessoas que chegavam cumprimentavam todas as outras, pareciam se conhecer bem. Até mesmo o mendigo que vimos durante os vários dias em que estivemos em Paraty estava com eles, dançando e conversando. Ficaram umas duas horas ali, bebiam coisas que não eram vendidas pelo festival. O som dos instrumentos musicais próprios concorriam com o som oficial (baixo mas presente) do festival.

Parecia divertido estar na roda. Diferentemente do clima do festival, onde apesar de estarem juntas num mesmo lugar nem todas parecem estar umas com as outras (apesar da abertura que permite conhecer desconhecidos, comum a qualquer festa), o pessoal da roda de samba parecia estar junto em sua festa particular. Assim, observamos que a diversão oferecida aos turistas parece ser diferente da diversão dos paratienses. A calma no desfrutar dos eventos parece ser a base da diferença que separa experiência turística da vivência no lugar. Óbvia diferença entre quem está de passagem e quem está para ficar.

Refletindo sobre os dois nomes do Festival haveria diferença entre chamar a cachaça de pinga? A pinga parece evocar uma bebida sem caracterizações formais, um nome popular tal qual os tantos apelidos que a cachaça ganha em diferentes lugares, formas de nomear os próprios efeitos que a bebida causa ou de enfatizar sua força ou sua capacidade de “fazer sair do real”, ligando-a nomes de divindades ou entidades maléficas transcendentais. Cachaça agora tem uma lei, uma norma para explicá-la, junto com a normatização de rótulos e garrafas pra exportação, ela tem um tom asséptico, padrão, homogeneizando a variedade de nomes brasileiros, internacional.

Nos variados nomes que a bebida ganha, há uma impressão de costumes e por isso é tão variável conforme o lugar, parece expressar diferentes formas de convivência com a bebida. No caso do festival de Paraty, nas cobranças feitas por aqueles que se relembram de um festival menos normatizado por interesses turísticos, vemos pistas da diferença de se chamar a bebida por um nome ou por outro. A exemplo do que vimos no *Engenho Corisco*, aqueles que procuram comprar a bebida com suas próprias garrafas e preferem deixar a cachaça rotulada numa garrafa padronizada (e mais cara) para os turistas parecem muito mais estar em busca de uma outra bebida, que seja ela pinga, aguardente,

canjebrina, água-que-passarinho não bebe, não seja essa especializada cachaça padrão exportação.

3.3 Paisagens tradicionais do turismo

Já que ao chegarmos a Paraty observamos que os alambiques formam as paisagens da cachaça deste lugar, e se estes parecem estar ligados a ideia de *tradicional*, gostaríamos de refletir as diferenças entre eles. Os oito alambiques pertencem ao Circuito de Cachaças Paraty promovido pela APACAP. Nas agências de turismo de Paraty, há outros circuitos apresentados que servem para orientar os turistas na escolha das rotas que visitarão.

Há um conceito de tradicional baseando a construção de cenários turísticos, porém, é uma ideia de tradicional e não propriamente uma repetição de técnicas. Assim, uma cidade que é vendida como *histórica*, parece montar essa história com cenários tradicionais. Neste sentido, apesar das rodas d'água, da exposição de instrumentos antigos e arquitetura que remonta passados, alguns dos alambiques possuíam mais infraestrutura para receber turistas. Estruturas como lojinhas e restaurantes parecem ser feitas exclusivamente eles.

No caso do *Engenho D'Ouro*, o entorno descolado da cidade parece não necessitar de um restaurante. Porém, o grande restaurante está lá. Junto com uma estrutura que nos remete a algum outro espaço-tempo. No caso do Pedra Branca, mesmo a distância faz pensar em aventuras. Um rústico lugar afastado que *por acaso* é todo “limpinho” e tem uma “lojinha” na saída. E na *Fazenda Murycana* o estímulo é para uma experiência completa: museu, fazenda, comidas e cachaça especial, só vendida para os que visitam o alambique. Cria-se assim uma atmosfera mágica, de cinema.

Assim são alguns alambiques de Paraty, mostram o modo de fazer a cachaça, deixam que as pessoas visitem cada sala de sua fabricação, contam o passo-a-passo da fabricação em um ambiente que, posteriormente, te oferece *souvenirs* e alimentação adequada para uma cena perfeita, de sonho. É oferecido ao turista uma amostra do que seria o dia-a-dia de um certo tempo passado, sem se cansar, sem ter muito estresse. Pode parecer rústico, mas, não há adversidades. Essa montagem de um cenário para ser vendido, encontra

ressonância em algo que está latente nestes turistas, ou todos aqueles que visitam estes lugares seriam apenas reféns de um modismo ou estariam apenas garantindo o lucro daqueles que decidiram criar este tipo de negócio?

A criação de imagens vinculadas a esses cenários parece ser valorizada por ser diferente do que encontramos na maioria das grandes cidades. Uma esfera mágica na qual podemos saber, por exemplo, como eram feitas as cachaças que eram parte da enorme produção de açúcar no Brasil Colônia. Assim, ao invés de abrir um livro de história, abrimos as portas dos alambiques e vemos de perto instrumentos e maneiras de fazer.

Porém, em Paraty existem outros alambiques que não são apenas cenários montados exatamente para o turismo. Caso dos que produzem a cachaça *Corisco*, *Coqueiro* e *Maria Izabel*.

No caso do *Engenho Corisco*, observa-se que além de estar em comunidade na qual os atrativos turísticos estão distantes do engenho, o próprio engenho não possui todos os aparatos necessários à recepção de turistas. Pelo contrário, ao chegarmos a impressão que temos é de entrar numa casa qualquer, simples, com uma sala de recepção que só existe porque segundo o dono é necessário por conta da legislação. Mesmo assim, há apenas um balcão, garrafas em exposição e uma mesa. Nas vezes em que estivemos no *Corisco* percebemos que ninguém fica nesta sala. Todos trabalham na parte de dentro. A sala tem função mas não tem uso. O alambique da *Corisco* parece se inserir na dinâmica do bairro. Depois de saírem da escola, parece ser comum o fato de as crianças passarem e pedirem para levar uma cana para chupar em casa.

No caso da cachaça *Maria Izabel*, sua produção se dá no mesmo lugar onde mora sua dona. É lugar que conta com beleza natural, mas não com estruturas turísticas já citadas anteriormente. A proprietária afirma que cansada de outros estilos de vida, foi fabricar cachaça para vender. Assim, seu negócio é a produção da cachaça e não a venda (das imagens) do lugar. E no caso da marca *Coqueiro*, a tradição é usada como discurso na venda da cachaça e não na venda das imagens da fazenda. Apesar de haver venda de bebidas no local, não há uma estrutura de venda de comidas, por exemplo. O máximo que encontramos

foi uma trufa recheada com cachaça. Então, estes são alambiques que vendem cachaça e são passíveis de receber visita, mas não foram criados exatamente para isso.

Na região de Calambau, a aventura inclui todo tipo de adversidade possível a caminhos de terra em meio a fazendas afastadas. É bem diferente desta estrutura turística de Paraty. A tradição de produção da cachaça em Paraty, por exemplo, é lembrada num selo de origem que data apenas de 2007, fruto do empenho dos próprios produtores de cachaça e sua associação, a APACAP. Um empenho que certamente está em consonância com essas atividades turísticas. Uma tradição que significa menos uma retransmissão de saberes de geração em geração e mais uma criação do que seria o tradicional via imaginário.

Apesar das diferenças entre os alambiques, todos eles são muito novos, ou seja, a tradição alambiqueira nos remete a uma Paraty antiga, remontada enquanto memória do lugar. Tomar uma cachaça de Paraty é talvez retornar a uma Paraty áurea, lugar que se firmou como nó de passagem, como porto movimentado que era, e ponto de passagem obrigatório para aqueles que circulavam via Estrada Real. Paraty é a cidade que muito cedo conseguiu erguer um núcleo urbano e que depois desta época de ouro entrou num processo de estagnação econômica que não mais deixaria esse *status* áureo retornar.

Quando se retoma a tradição, parece que há um retorno a esse momento ótimo do desenvolvimento da cidade e dos valores associados a essa época. Porém, essa é a tônica que rege todo o sistema de turismo de Paraty. Os pequenos alambiques se beneficiam disso, com uma produção de pequena escala, remontar o tradicional via imaginário agrega valor ao litro artesanalmente produzido, é criado o *Brazilian brandy*. As paisagens tradicionais são então tradições remontadas pelo turismo.

Chegando a esta conclusão, torna-se interessante lembrar que nosso percurso que tem como destino Paraty fora guiado por diversas formulações que fizemos ao entrarmos em contato com as brasileiras imagens da cachaça e também ao vincularmos sua trajetória à Estrada Real. O universo turístico não era o que esperávamos encontrar nas paisagens que a cachaça cria quando aportamos em Paraty.

Desta forma, para explicitar os sentidos que esta viagem tinha, evidenciar a tensão entre as expectativas da pesquisadora e os encontros no lugar, bem como, para entender melhor os resultados aos quais chegamos, expomos aqui as imagens que a cachaça tinha e quais imagens ficam para a autora depois desta viagem em busca de imagens e paisagens da cachaça.

GEOGRAFIAS DA CACHAÇA

O meio ambiente natural e a visão de mundo estão estreitamente ligadas: a visão de mundo, se não é derivada de uma cultura estranha, necessariamente é construída dos elementos conspícuos do ambiente social e físico de um povo [...] Como meio de vida, a visão de mundo reflete os ritmos e as limitações do ambiente natural.
YI-FU TUAN

A viagem foi uma forma de buscarmos por novos sentidos, *grafias* as quais não tínhamos acesso quando partimos de onde estávamos. Quem busca espera algo, mas ao nos permitimos ouvir as “vozes das sereias” dos lugares desconhecidos (WRIGHT, 1947) somos continuamente surpreendidos pois, trata-se de um encontro, se trazemos algo de novo aos lugares, os lugares também nos trazem algo de novo para pensar. Se as comunidades são imaginadas, não as imaginamos por inteiro e se tentamos definir o mundo com palavras, haverá sempre novas palavras para definir as diferentes experiências que vivemos nele. O mundo resiste a ser definido com palavras (ONFRAY, 2009) justamente porque é continuamente recriado no encontro das mentes que tentam pensá-lo com as grafias outrora inscritas e agora encontradas.

Há aquilo que mais comumente é visto por todos, há aquilo que detalhadamente é visto por poucos. Ambas as perspectivas fazem parte do lugar. Da geografia enxergada anteriormente chegamos às histórias contadas a nós através dos percursos turísticos. E se este percurso é guiado por imagens, quais eram para nós as imagens da cachaça antes de irmos a campo? E depois, quais as imagens que predominam depois das experiências vividas em Paraty e Calambau?

Pensando nestas perguntas, elaboramos duas nuvens de palavras, inspiradas nas nuvens já apresentadas no item 1. Procuramos explorar as principais ideias presentes na forma de pensar a cachaça antes (figura 4) e depois (figura5) dos campos.

Figura 4 – Nuvem de palavras das principais ideias sobre cachaça antes dos campos



Elaboração: Gabrielle M. A. Rosas, 2012.

Dentre as várias associações possíveis, uma parecia mais marcante, ponto de partida e principal motivação deste estudo, o fato de a cachaça ser associada ao Brasil. Na verdade, a informalidade dos vários nomes utilizados para identificá-la, aqui representados pelo nome “pinga” era para nós a evidência mais forte de quanto é inserida no cotidiano do brasileiro, afinal, os vários nomes dados a uma mesma bebida, só podem ser a expressão de como já nos apropriamos da cachaça. Os diversos nomes também nos levavam a crer que cachaça ligava-se a paisagens de interior, apesar das diferenças regionais que existem por exemplo do “cabra” que bebe canjebrina no Nordeste e o “Jeca” que bebe pinga no Sudeste, os rituais de beber de cachaça pareciam remontar práticas e temporalidades já não tão presentes em grandes centros.

Além disso, apesar de não sabermos ao certo a data de origem, sabemos que a cachaça “nasce junto com o Brasil”, fato que nos fez associá-la com o Brasil Colonial, dando certa identidade para a bebida. Ela é também bebida para fortes, para ser tomada em doses e não ao sabor do gole de cada um, bebida de cabra macho, dos fortes ou daqueles que necessitam enfrentar uma dura realidade. Ela assim é também “marvada” pinga, que faz mal

àquele que se perde entre seu efeito fantástico, numa fuga que é favorecida pelo baixos preços praticados pelas grandes usinas que produzem aguardente industrial.

Há também uma esfera mágica, nela estão inclusas as crenças religiosas, especialmente as afro-brasileiras, que elegem a cachaça como elemento especial de ritos que conectam dois mundos, este nosso e um transcendental. Há algo de mágico também nos rituais “quase-religiosos” de bar, a cachaça aqui permite encontros, dá vazão a conversas fiadas, ao conto de “causos, abre espaço para novas descobertas.

A cachaça pode ser também uma viagem pela história do Brasil, com ela podemos refletir sobre os ciclos da cana, sobre festas típicas de nosso país, sobre diversidades regionais, um convite a viajar por geografias pouco aparentes.

Figura 5 – Nuvem de palavras das imagens que predominam depois dos campos



Elaboração: Gabrielle M. A. Rosas, 2012.

Depois dos campos a ideia de pinga se enfraquece. Se fala muito da cachaça, da fama que ela parece querer fazer fora do Brasil. Uma bebida para exportação, regulamentada por lei e normas de engarrafamento e padronização de rotulação. Em Paraty esta ideia ganha força com a vinculação ao turismo. Alambiques que fazem parte de um

circuito turístico se apoiam numa ideia de uma bebida única, uma cachaça sem os tão brasileiros apelidos. Negócios que necessitam de *know-how* para serem iniciados e apesar de se remeterem a uma ideia de tradição, aos poucos se tornam tão padronizados que fica difícil diferenciá-los segundo características específicas, seja da bebida ou do modo de produção. Uma brasilidade aprisionada em uma única forma de apresentação, melhor exemplo está na eleição de apenas um *drink*, a caipirinha, principal vinculação à cachaça. Caipirinha como produto de exportação e não como mais uma variedade possível de diversos *drinks* feitos com cachaça.

Após os campos são acrescentados nomes aos lugares não específicos do Brasil tratados anteriormente, o que chamávamos de interior fica vinculado ao que experienciamos em Calambau, Ubá, Cataguazes no interior de Minas Gerais. Os apelidos da “caninha” também são substituídos pelos rótulos: *Corisco*, *Coqueiro*, *Maré Cheia*, *Água Limpa*, etc. Bem como por seus tipos: gabriela, azuladinha, caramelada. Saímos assim do que era uma ideia geral sobre a cachaça no Brasil todo para uma noção mais específica, da cachaça brasileira em determinado lugar. Um percurso guiado das imagens para as paisagens?

Através das imagens da cachaça nos enredamos por caminhos que nos levaram à Calambau, à Estrada Real, à Paraty. Porém, obviamente as paisagens criadas pela cachaças nos diversos lugares são diferentes de suas imagens. Por mais que nos seja possibilitado acessar imaginários, a imaginação não contempla todos os detalhes de uma vivência cotidiana. Se a imaginação faz parte da constituição das paisagens de um lugar, somente as imagens não podem recriar as experiências que vivemos nos lugares.

Destacar a imaginação presente na constituição de nossas paisagens é importante pra enfatizar a mudança de perspectiva, paisagem é muito mais que o meio cenário material, é o acúmulo de nossas inscrições em determinado lugar. Realçar a humanidade da constituição das paisagens é lembrar de como a nossa experiência de mundo é parte essencial da construção do conhecimento e de como a espacialidade é inerente à nossa existência.

Se uma bebida é capaz de revelar relações das pessoas com seu ambiente, a investigação sobre as imagens e paisagens da cachaça é como uma viagem: a cada parada, uma nova descoberta. Dos *Brasis* imaginados aos lugares específicos que pudemos visitar o que vimos são detalhes de como constituímos o mundo – as formulações (imagens) e as inscrições (paisagens) que temos feito dele/ nele. As variadas denominações como: cachaça, pinga, canjebrina, aguardente, água, caninha... e os diversos modos de fazer, mesmo o fato de serem envelhidas em diferentes madeiras ou com determinadas ervas dentro parecem nos dizer isso.

O imaginário de brasilidade da cachaça tem a ver com o lugar de origem sim, mas tem a ver também com nossas apropriações e criação de rituais cotidianos que se repetiram ao longo de tanto tempo até tornarem-se um modo particular de consumir um produto que virou sinônimo de um lugar e suas práticas.

As Estradas Reais aparecem como parte das *grafias* da cachaça na medida em que facilitaram não só a distribuição da bebida, mas também, já que vetor de interiorização, das crenças e do próprio modo de consumi-la. Mas aparecem também parte destas *grafias* como parte deste encontro, que mesmo buscando essências, é único: a confluência tema de pesquisa e pesquisadora.

Em Paraty as apropriações das imagens e dos modos de fazer criam novas paisagens. As antigas paisagens criadas pela cachaça servem de alimento à imaginação do tradicional que parece ser usada agora como recurso turístico.

Na busca por padrões e formas humanamente construídas, encontramos e fomos encontrados, descobrimos e nos descobrimos, fenomenologicamente a pesquisa que ora *aparece é escrita* e também *leitura*, é grafia destas geografias da cachaça.

REFERÊNCIAS

ALVES, Rubem. Onde solidão se vai.... In: **Cenas da vida**. São Paulo: Papyrus, 1997. p.87-90.

ALVES-MAZZOTTI, Alda J.; GEWANDSZNAJDER, Fernando. Paradigmas Qualitativos. In: ALVES-MAZZOTTI, Alda J.; GEWANDSZNAJDER, Fernando. **O método nas Ciências Naturais e Sociais: Pesquisa Quantitativa e Qualitativa**. São Paulo: Ed. Pioneira, 1998.

AMORIM FILHO. Oswaldo B. A pluralidade da Geografia e a necessidade das abordagens culturais. **Caderno de Geografia**. Belo horizonte, v. 16, p.35-58, 1ºsem., 2006.

ANDRADE, Mário. **Macunaíma: o herói sem nenhum caráter**. São Paulo: Martins, 1973.

ARÔXA, Bah H. **Geografia de bar** (escrito por pessoas nada sóbrias em buteco de SJC) [Internet] Blog “Ser sóbrio é uma ilusão lunática de minha ilusão” [Citado em 23 de julho de 2010] Disponível em: < <http://bahhayashida.blogspot.com/2010/07/geografia-de-bar-escrito-por-pessoas.html>>

BERG, Tiago J. **Paisagem e hinos nacionais: uma narrativa da nação**. 1º Simpósio de Pós-Graduação em Geografia do Estado de São Paulo/ VIII Seminário de Pós-Graduação em Geografia da Unesp, realizado em Rio Claro, de 17 a 19 de novembro de 2008.

BERQUE, Augustin. Les Travaux et les Jours: Histoire Naturelle et Histoire Humaine. **L'espace Geographique**, v.38, n.1, p.73-82, 2009.

BANDEIRA, Manuel. Estrela da Vida Inteira. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira, 1993. 20ª edição.

BARROSO, Inezita. Marvada pinga. **A música brasileira deste século por seus autores e intérpretes – Inezita Barroso**. Faixa 1. JCB – 0709-045. SESC-SP. 2001. 1 CD

BESSE, Jean-Marc. A propósito da Geografia fenomenológica de Eric Dardel. In: BESSE, Jean-Marc. **Ver a Terra**, São Paulo: Perspectiva, 2006.

BRASIL. **Decreto nº 4.062, de 21 de dezembro de 2001**. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/legislacao/100116/decreto-4062-01>>

BUTTIMER, ANNE. Apreendendo o dinamismo do mundo vivido. In: CHRISTOFOLETTI, Antônio (Org.). **Perspectivas da Geografia**. São Paulo: DIFEL, 1982.

_____. **Geography and the Human Spirit**. London: The Johns Hopkins University Press Ltd., 1993.

CAETANO, Antonio F. P. **Entre drogas e cachaça**: a política colonial e as tensões na América Portuguesa (capitania do Rio de Janeiro e Estado do Maranhão e Grão-Pará, 1640-1710). (Doutorado em História). 2008 – Centro Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Pernambuco, Recife.

CÂMARA, Marcelo. **Cachaça**: Prazer Brasileiro. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

_____. **Pinga polêmica**: leitor questiona texto sobre cachaça e autores replicam. [Internet] Revista de História [Citado em 05/06/2008a] Disponível em:
<<http://revistadehistoria.com.br/secao/artigos/pinga-polemica>>

_____. **Uma polêmica impossível**. Marcelo Câmara X Revista História da BN. [Internet] Blog Amigos da Cachaça. [Citado em 06/12/2008b] Disponível em:
<<http://www.amigosdacachaca.com.br/artigos/uma-polemica-impossivelmarcelo-camara-x-revista-historia-da-bn>>

CARVALHO, Aline V. **Entre ilhas e correntes**: a criação do ambiente em Angra dos Reis e Paraty, Brasil. 2009. 274p. Tese (Doutorado em Ambiente e Sociedade) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

CASCUDO, Camara. **Prelúdio da Cachaça**: etnologia, história e sociologia no Brasil. Belo Horizonte: Itatiaia, 1986.

CLAVAL, Paul. “A Volta do Cultural” na Geografia. **Mercator** – Revista de Geografia da UFC, ano 1, num. 1, p.19-28, 2002.

_____. **A geografia cultural**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2007.

COSGROVE, Denis. A geografia está em toda parte: cultura e simbolismo nas paisagens humanas. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto L.. **Paisagem, Tempo e Cultura**. Rio de Janeiro: EdUERJ,1998 [1989]. p.92-122.

DARDEL, Eric. **O homem e a terra**: natureza da realidade geográfica. São Paulo: Perspectiva, 2011. (Tradução de Werther Holzer)

DAVIES, Douglas. The evocative symbolism of trees. In: COSGROVE, Denis; DANIELS, Stephen. *Iconology of landscape*. Cambridge: Cambridge University Press, 1988.

DE PAULA, Fernanda C. **Constituições do Habitar**: reassentamento do Jd. São Marcos para o Jd. Real. 2010. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

DESTILARIA ENGENHO D'ÁGUA. **Coqueiro**: Cachaça artesanal. Disponível em:
<<http://www.cachacacoqueiro.com.br/paraty.html>>

DURAND, Gilbert. **O imaginário**: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. (Tradução Renée Eve Levié) Rio de Janeiro: Ed. Difel, 2001. 2ª edição.

REVISTA TURISMO. **Ecoturismo**. Paraty, fevereiro de 2002. Disponível em: <<http://www.revistaturismo.com.br/Ecoturismo/parati.html>>

FERNANDES, João. A. **Selvagens bebedeiras**: álcool, embriaguez e contatos culturais no Brasil colonial. 2004. Tese (Doutorado em História) – Pós Graduação em História da Universidade Federal Fluminense, Niterói.

FERREIRA, Aurélio B. H. **Novo dicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira S. A, 1986. 2ª edição. 19ª impressão. 1838p.

_____. **Novo dicionário da língua portuguesa**. Curitiba: Ed. Positivo, 2004. 3ª edição. 2ª impressão. 2120p.

FEYERABEND, Paul. **Contra o método**. São Paulo: Ed. Unesp, 2003. 3ª edição.

FIGUEIREDO, Renato. **Estava no seu nariz, mas você não viu**: descubra porque a Cachaça brasileira pode ser muito mais suave e saborosa do que você imagina. São José dos Campos: Ed. do Autor, 2011a.

_____. **É hora da Cachaça marcar território**. [Internet] Blog Mapa da Cachaça [Citado em 26 de outubro de 2011b] Disponível em: <<http://mapadacachaca.com.br/blog/e-hora-da-cachaca-marcar-territorio>>

FRANCO, Dino; MOURAÍ. A cachaça e o fumo. **Os maiores sucessos de Dino Franco e Mouraí**. Faixa 18. 2007.

GRATÃO, Lucia H. O "Rio" - Araguaia"! Pela perspectiva da geopoética. Gratão In: ALVES, Ilda; FEITOSA, Marcia Manir Miguel. **Literatura e paisagem**: perspectivas e diálogos. Niterói: Ed. UFF, 2010.

GRATÃO, Lucia H.; MARANDOLA JR., Eduardo. **Sabor da, na e para geografia**. Trabalho apresentado no Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia (ANPEGE), realizado em Curitiba de 28 de Setembro a 02 de Outubro de 2009.

GAUTIER, Jean-François. **Vinho**. (Tradução de Julia da Rosa Simões) Porto Alegre: L&PM, 2011. 108p.

GONÇALVES, Rodrigo T. **Perpétua Prisão Órfica ou Ênio Tinha Três Corações**: O relativismo Lingüístico e o Aspecto Criativo da Linguagem. 2008. 240p. Tese (Doutorado em História e Filosofia da Linguística) – Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

HOLZER, Werther. Paisagem, imaginário, identidade: alternativas para o estudo geográfico. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto L. (Orgs). **Manifestações da cultura no espaço**. Rio de Janeiro: Ed. Uerj, 1999. p.149-168.

_____. **A trajetão**: reflexões teóricas sobre a paisagem vernacular. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto L. (Orgs). Espaço e cultura: pluralidade temática. Rio de Janeiro: Ed. Uerj, 2008. p.155-172.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. 1ª edição. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

HUXLEY, Aldous. Admirável mundo novo (tradução de Vidal de Oliveira e Lino Vallandro). São Paulo: Círculo do livro – Ed. Globo S. A., 1983.

INSTITUTO ESTRADA REAL. Disponível em: <<http://site.er.org.br>>

INPI; SEBRAE. **Catálogo das Indicações Geográficas Brasileiras**. Brasília: SEBRAE/DF, 2010.

KANASHIRO, Milena. **Paisagens Étnicas em Curitiba**: um olhar histórico-espacial em busca de entopia. 2006. 285p. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

LEITE, Délia R. **O popular na obra de Oswald de Andrade**. I Encontro Memorial do ICHS realizado em 11 de novembro de 2004. Disponível em: <http://www.ichs.ufop.br/memorial/trab/15_1.pdf>

LOWENTHAL, David. Geografia, experiência e imaginação: em direção a uma epistemologia geográfica. In: CHRISTOFOLETTI, Antônio (Org.). **Perspectivas da Geografia**. São Paulo: DIFEL, 1982. p.103-142

LUCENA, Célia Toledo. **A festa (re)visitada**: (re)significações e sociabilidade. 34º Encontro Nacional do Ceru, 2007. Anais2008 do Ceru/USP, 2008. Disponível em: <http://www.fflch.usp.br/ceru/anais/anais2008_1_ceru06.pdf>

MACHADO, Lucy M. C. P. Paisagem Cultural. In: KOZEL, Salette; SILVA, Josué C.; GIL FILHO, Sylvio F. (Orgs.). **Da Percepção e Cognição à Representação**: Reconstruções teóricas da Geografia Cultural Humanista. São Paulo: Ed. Terceira Margem, 2006.

MARANDOLA JR. Eduardo. Arqueologia fenomenológica: em busca da experiência. **Terra Livre**, São Paulo, v.2, n.25, ano 21, p.67-79, julho-dezembro de 2005a.

_____. Da existência e da experiência: origens de um pensar e de um fazer. **Caderno de Geografia**. Belo Horizonte, v. 15, n.24, p. 49-67, 1º sem. de 2005b.

_____. Mapeando “Londrinas”: imaginário e experiência urbana. **Geografia**. Rio Claro, v.33, n.1, janeiro-abril de 2008a.

_____. **Habitar em risco**: mobilidade e vulnerabilidade na experiência metropolitana. 2008b. 278p. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

_____. **Heidegger como matriz do Pensamento Fenomenológico em Geografia**. In: II Encontro Nacional de História do Pensamento Geográfico, 2009, São Paulo. Anais. São Paulo : DGEO/USP, 2009.

_____. Sabor enquanto experiência geográfica: por uma geografia hedonista. **Geograficidade**, 2012. [no prelo]

MARANDOLA JR., Eduardo ; DE PAULA, Fernanda C.; PIRES, M. C. S. . Diários de campo: aproximações metodológicas a partir da experiência metropolitana (Campinas e Santos). In: José Marcos Pinto da Cunha. (Org.). **Novas metrópoles paulistas**: população, vulnerabilidade e segregação. 1 ed. Campinas: NEPO/UNICAMP, 2006, v. , p. 459-492

MELO, Vera Mayrinck. Paisagem e simbolismo. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto L. (Orgs). **Paisagem, imaginário e espaço**. Rio de Janeiro: Ed. Uerj, 2001. p. 29-48

MELLO, João B. F. Valores em geografia e o dinamismo do mundo vivido na obra de Anne Buttimer. **Espaço e Cultura**. Rio de Janeiro, n. 19-20, p.33-40, jan/dez, 2005.

NÓBREGA. Zulmira Silva. **A festa do maior São João do mundo**: dimensões culturais da festa junina na cidade de Campina Grande. Salvador: UFBA, 2010, 303 p.

OLIVA, Anderson Ribeiro. A História da África nos bancos escolares: representações e imprecisões na literatura didática. **Estudos afro-asiáticos**, Rio de Janeiro, v. 25, n. 3, 2003 Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-546X2003000300003&lng=en&nrm=iso>.

OLIVEIRA, Livia de. Lembranças da Cozinha Caipira Paulista: Pilões, Gamelas e Poiá. **Geograficidade**. v.1, n. 1, p.110-113, Inverno de 2011. Disponível em: <http://www.uff.br/posarq/images/stories/Revista/Inverno_de_2011/Completo_Geograficidades_v1n1_Setembro2011.pdf>.

ONFRAY, Michel. **Teoria da viagem**: poética da geografia (Tradução de Paulo Neves). RS: L&PM Editores, 2009.

OSSE, José S. Venda de cachaça ao exterior cresce dez vezes em cinco anos. **Folha S. Paulo**, 16 de julho de 2002. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u51337.shtml>>

PEIXOTO, Fernando A. C. **300 anos de história: 1700/2010 – de Calambau a Presidente Bernardes** [Internet]. Conselho Municipal Do Patrimônio Cultural De Presidente Bernardes [Citado em 16 de dezembro de 2010] Disponível em:
<<http://culturacpb.blogspot.com/2010/12/um-pouco-sobre-nossa-historia-e-cultura.html>>

PERRONE, Maria P. M. S. B. **A imaginação criadora: Jung e Bachelard**. Trabalho apresentado no II Colóquio de Psicologia da arte “A correspondência das artes e a unidade dos sentidos” realizado nos dias 7 e 8 de junho de 2007. Disponível em:
<<http://www.ip.usp.br/laboratorios/lapa/versaoportugues/2c30a.pdf>>

RAFFESTIN, Claude. Perché “noi” non abbiamo letto Eric Dardel? In: DARDEL, Eric. **L'uomo e la Terra: natura della realtà geografica**. Milão: Edizioni Unicopli, 1986.

RELPH, Edward. **Place and placelessness**. London: Pion Limited, 1976.

_____. As bases fenomenológicas da geografia. **Geografia**. Rio Claro, v.4, n.7, p.1-25, abril de 1979.

SANTOANTONIO, Jacqueline; ANTUNEZ, Andrés Eduardo Aguirre. Ateliê de desenho e Rorschach: estudo fenômeno-estrutural. **Paidéia (Ribeirão Preto)**, Ribeirão Preto, v. 20, n. 45, abr. 2010. Disponível em:
<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-863X2010000100014&lng=pt&nrm=iso>

SCHNOOR, Eduardo. In: TvBrasil. De lá pra cá [Documentário-online]. Produção de Tathiana Targine, direção de Carolina Cá e José Araripe Jr. Brasil, Tv Brasil, 2010. Internet, 26 min. Cor. Disponível em:
[parte 1] <<http://www.youtube.com/watch?v=5UURJanKpXQ>>
[parte 2] <<http://www.youtube.com/watch?v=uHYY3WX-gIw&feature=related>>

SEAMON, David. Body-subject, time-space routines, and place-ballets. In: BUTTIMER, Anne e SEAMON, David (orgs.). **The Human Experience of Space and Place**. Nova Iorque: St. Martin's Press, 1980. p.148-165.

SEEMANN, Jörn. Mapas, mapeamentos e a cartografia da realidade. **Geografares**, Vitória, n. 4, p.49-60, 2003.

SELIGMANN-SILVA, Márcio. Filosofia da tradução – tradução da filosofia: o princípio da intraduzibilidade. In: SELIGMANN-SILVA, Márcio. **O local da diferença: Ensaios sobre memória, arte, literatura e tradução**. São Paulo: Editora 34, 2005. (p.167-188)

REIS, Sérgio. Pinga ni mim **40 anos de estrada**. Faixa 45, n.7432171102-2. BMG. 2000. 2 CD-ROM.

SENNETT, Richard. Carne e pedra. (Tradução de Marcos Aarão Reis). Rio de Janeiro: Ed. Record, 2006.

SILVA, Daniella R.; MELLO Sérgio C. A mitologia na representação cultural da cachaça: imagem negativa e tentativa de ressignificação. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação** - E-compós, Brasília, v.13, n.1, jan./abr. 2010.

SILVA, Armando C. A aparência, o ser e a forma. **GEOgraphia**, n.3, ano 2, p.7-25, 2000.

SILVA JR, Otoniel F. Por uma geografia do imaginário: percorrendo o labiríntico mundo do imaginário em uma perspectiva geográfica cultural. **Revista Eletrônica do Centro de Estudos do Imaginário: "Labirinto"**. UFRN. Disponível em:
<<http://www.cei.unir.br/artigo31.html>>

SOMMERS, Brian J. **Geografia do Vinho**. Osasco: Novo Século, 2010.

THOMPSON, Daniella. **A culpa é do Walt**: como Ernesto Nazareth foi parar num desenho animado do Pato Donald. [Internet] The magazine of Brazilian music & culture [Citado em 5 de maio de 2004] Disponível em:<http://daniellathompson.com/Texts/Investigations/Disney_e_Nazareth.htm>

TUAN, Yi-Fu. **Topofilia**: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. São Paulo: Difel, 1980.

URANO, Pedro. Estrada Real da Cachaça. [Documentário-dvd]. Produção de Tarcísio Vidigal, Lúcia Fares e Pedro Urano, direção de Pedro Urano. Brasil, Grupo Novo de Cinema, Tarcísio Vidigal e Alice Filmes, 2008. DVD, 98 min. Cor. Estéreo E 5.1.

_____. In: TvBrasil. De lá pra cá [Documentário-online]. Produção de Tathiana Targine, direção de Carolina Cá e José Araripe Jr. Brasil, Tv Brasil, 2010. Internet, 26 min. Cor. Disponível em [parte 1]: <<http://www.youtube.com/watch?v=5UURJanKpXQ>> e [parte 2]: <<http://www.youtube.com/watch?v=uHYY3WX-gIw&feature=related>>

WRIGHT, John. K. Terrae Incognitae: the place of imagination in Geography. *Annals of the association of American Geographers*, 37, 1947. Disponível em:
<<http://www.jstor.org/stable/2561211?seq=1>>