

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS -IGEO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

**A CACHAÇA COMO ELEMENTO DA OFERTA TURÍSTICA
DE VASSOURAS, REGIÃO DO VALE DO CAFÉ, RJ**

ALEXANDRE FERRAZ PINTO

2023



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS - IGEO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

**A CACHAÇA COMO ELEMENTO DA OFERTA TURÍSTICA
DE VASSOURAS, REGIÃO DO VALE DO CAFÉ, RJ**

ALEXANDRE FERRAZ PINTO

Sob a orientação do professor doutor
Sérgio Ricardo Fiori

e coorientação da professora doutora
Miriam de Oliveira Santos

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do mestrado de grau de **Mestre em Geografia**, no Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, na Área de Concentração Espaço, Questões Ambientais e Formação em Geografia.

Nova Iguaçu - RJ
Novembro de 2023

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
Biblioteca Central / Seção de Processamento Técnico
com dados fornecidos pelo(a)
autor(a)

PP726c Pinto, Alexandre Ferraz, 1975-
A CHACHAÇA COMO ELEMENTO DA OFERTA TURÍSTICA DE
VASSOURAS, REGIÃO DO VALE DO CAFÉ, RJ / Alexandre
Ferraz Pinto. - Nova Iguaçu, 2023.
139f.
Orientador: Sérgio Ricardo Fiori.
Coorientadora: Miriam de Oliveira Santos.
Dissertação (Mestrado). - Universidade Federal
Rural do Rio de Janeiro, Geografia, 2023.
1. Geografia do Turismo. 2. Patrimônio e atrativo
cultural. 3. Produto turístico. 4. Cachaça. 5.
Vassouras-RJ. I. Fiori, Sérgio Ricardo, 1972-,
orient. II. Santos, Miriam de Oliveira, 1964-,
coorient. III. Universidade Federal Rural do Rio
de Janeiro. Geografia. IV. Título.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS

HOMOLOGAÇÃO DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO Nº 102/2023 - IGEO (11.39.00.34)

Nº do Protocolo: 23083.080235/2023-02

Seropédica-RJ, 06 de dezembro de 2023.

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS / INSTITUTO MULTIDISCIPLINAR
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

ALEXANDRE FERRAZ PINTO

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Geografia, no Programa de Pós-Graduação em Geografia, área de concentração em Espaço, Questões Ambientais e Formação em Geografia.

DISSERTAÇÃO APROVADA EM 29/11/2023.

Prof. Dr. Sérgio Ricardo Fiori
PPGGeo/ DEGEO / IM / UFRRJ (Orientador)

Prof. Dr. Ari da Silva Fonseca Filho PPGTur / FTH / UFF

Prof. Dr. Cleber Marques de Castro
PPGGeo/ DEGEO / IM / UFRRJ

(Assinado digitalmente em 06/12/2023 11:49)

CLEBER MARQUES DE CASTRO
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR
DeGEOIM (12.28.01.00.00.87)
Matrícula: ###565#3

(Assinado digitalmente em

06/12/2023 14:28) ARI DA
SILVA FONSECA FILHO
ASSINANTE EXTERNO
CPF: ###.###.158-##

(Assinado digitalmente em 06/12/2023 11:42)

SERGIO RICARDO FIORI
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR
DeGEOIM (12.28.01.00.00.87)
Matrícula: ###218#7

AGRADECIMENTOS

Começo meus agradecimentos citando minha esposa Patrícia e as minhas filhas Nina e Flora, que muito me alegram a vida e inspiram minha caminhada acadêmica.

Agradeço aos meus pais Regina Ferraz e Hélio Bueno por incentivarem desde criança a estudar, meus irmãos, Marcelo, Bernardo e Lucas e familiares por acreditarem que seria possível eu me tornar Mestre.

Ao amigo José Luiz Júnior por me apresentar o universo da cachaça e me ajudar na pesquisa.

Aos professores do Mestrado em Geografia da UFRRJ por me apoiarem, não podendo deixar de citar os professores: Guilherme Ribeiro, Miriam Santos, Annelise Caetano Fraga Fernandez, André Santos Da Rocha, Heitor Soares de Farias, Andrews Jose de Lucena, Karine Bueno Vargas.

Não posso deixar de registrar os professores das disciplinas que fiz fora do Mestrado em Geografia da UFRRJ, registro assim, o nome dos professores: Júlio Sampaio PPGCAS – UFRRJ, Maria Amalia Silva Alves de Oliveira PPGMS – UNIRIO e Giancarla Salamoni PPGeo – UFPel.

Aos professores da banca, Cleber Marques de Castro PPGGEO – UFRRJ e Ari Da Silva Fonseca Filho PPGTUR-UFF.

À Universidade Rural do Rio de Janeiro que me possibilitou realizar o sonho do Mestrado.

Em especial, agradeço aos meus orientadores Miriam Santos e Sérgio Ricardo Fiori, por ter tido a sorte de ter esses dois maravilhosos que me apoiaram nessa fantástica caminhada. Muito obrigado pela compreensão, apoio e finalização desta dissertação.

Este trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001. This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance Code 001.

RESUMO

O turismo é uma importante prática social que se desenvolve no espaço geográfico. Trata-se de uma atividade econômica que modifica, transforma e cria uma enorme variedade de espaços, oferecendo assim, diferentes tipos de destinos turísticos. Ao escolher o destino de um passeio ou viagem, o turista custeia o seu deslocamento para conhecer esse lugar. Dentre os fatores que motivam a sua escolha estão os aspectos tanto de ordem natural quanto cultural. Com isso, o turismo que possibilite uma profunda interação com o espaço visitado vem ganhando força sobretudo, após a pandemia de COVID-19. Neste sentido, a pesquisa que originou esta dissertação debruça sobre a produção e a comercialização da cachaça enquanto patrimônio cultural e como produto turístico do país no âmbito do patrimônio imaterial, considerando os modos de saber e fazer, sua história, modos de consumo e sociabilidade que caracterizam a cachaça no município de Vassouras, no Estado do Rio de Janeiro. Vassouras é uma das quinze cidades da região turística do Vale do Café, localizada no Centro-Sul Fluminense cerca de 120 quilômetros da capital. A cachaça possui uma presença marcante na cidade e em toda região. A escolha de Vassouras foi motivada por dois fatores: a realização de feiras e encontros de colecionadores de cachaça que reúnem produtores e apreciadores da bebida de diversas partes do Brasil. E a produção da cachaça do município com relevância no cenário nacional e internacional. Diante disso, a pesquisa busca apresentar a cachaça como um patrimônio cultural de Vassouras cujos esforços locais vêm sendo empregados buscando torná-la uma importante atividade econômica e um forte atrativo turístico do município. O trabalho apresenta três eixos principais a saber: o diálogo entre a geografia e o turismo com o objetivo de entender Vassouras como um destino turístico; a cachaça como patrimônio cultural; e o potencial turístico da cachaça a ser explorado pela cidade. Dentre os resultados, salientamos que, embora haja um movimento inicial de valorização da cachaça como produto turístico, falta engajar a população local na atividade como requisito fundamental visando a sustentabilidade.

Palavras-Chave: Geografia do Turismo; Patrimônio e atrativo cultural; Produto turístico; Cachaça; Vassouras-RJ.

ABSTRACT

Tourism is an important social practice that develops in geographic space. It is an economic activity that modifies, transforms, and creates a huge variety of spaces, thus offering different types of tourist destinations. When choosing the destination of a tour or trip, the tourist pays for their travel to visit that place. Among the factors that motivate your choice are both natural and cultural aspects. As a result, tourism that allows deep interaction with the space visited has been gaining strength, especially after the COVID-19 pandemic. In this sense, the research that originated this dissertation focuses on the production and commercialization of cachaça as a cultural heritage and as a tourist product of the country within the scope of intangible heritage, considering the ways of knowing and doing, its history, modes of consumption and sociability that characterize cachaça in the municipality of Vassouras, in the State of Rio de Janeiro. Vassouras is one of fifteen cities in the Vale do Café tourist region, located in the Center-South of Fluminense, approximately 120 kilometers from the capital. Cachaça has a strong presence in the city and throughout the region. The choice of Vassouras was motivated by two factors: the holding of fairs and meetings of cachaça collectors that bring together producers and lovers of the drink from different parts of Brazil. And the production of cachaça in the municipality is relevant on the national and international scene. In view of this, the research seeks to present cachaça as a cultural heritage of Vassouras whose local efforts have been used to make it an important economic activity and a strong tourist attraction in the municipality. The work presents three main axes, namely: the dialogue between geography and tourism with the aim of understanding Vassouras as a tourist destination; cachaça as cultural heritage; and the tourist potential of cachaça to be explored by the city. Among the results, we highlight that, although there is an initial movement to value cachaça as a tourist product, there is a lack of engaging the local population in the activity as a fundamental requirement for sustainability.

Keywords: Geography of Tourism; Heritage and cultural attraction; Tourist product; Cachaça; Vassouras-RJ.

LISTA DE SIGLAS

- Embratur** - Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo
CEDAE - Companhia Estadual de Águas e Esgotos do Rio de Janeiro
COMPPCV - Instituição do Conselho Municipal de Vassouras
DEPAC - Departamento de Patrimônio Cultural - Vassouras
FUNPAC - Fundo de Proteção ao Patrimônio Cultural
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBRAM - Instituto Brasileiro de Museus
IBRAC - Instituto Brasileiro da Cachaça
INEPAC - Instituto Estadual do Patrimônio Cultural
INPI - Instituto Nacional de Propriedade Industrial
IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
OMT - Organização Mundial do Turismo
PBDAC - Programa Brasileiro de Desenvolvimento de Aguardente de Cana, Caninha ou Cachaça
Turisrio - Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: ESTUDOS GEOGRÁFICOS DE OBSERVAÇÃO E CATALOGAÇÃO DO ESPAÇO GEOGRÁFICO	67
FIGURA 2: FIXOS E FLUXOS NO ESPAÇO GEOGRÁFICO	9
FIGURA 3: FAZENDA DO SECRETÁRIO – DE CASA SEDE À LOCAL DE VISITAÇÃO TURÍSTICA	11
FIGURA 4: ESQUEMA SÍNTESE PARA COMPREENSÃO DO ESPAÇO TURÍSTICO	13
FIGURA 5: MAPA TURÍSTICO DE BARREIRINHAS NOS LENÇÓIS MARANHENSES	19
FIGURA 6: O ESPAÇO TURÍSTICO	20
FIGURA 7: IGREJA MATRIZ DE NOSSA SENHORA DA CONCEIÇÃO	37
FIGURA 8: CENTRO CULTURAL CAZUZA	38
FIGURA 9: SÃO ROQUE	40
FIGURA 10: VASSOURAS NA REGIÃO TURÍSTICA DO VALE DO CAFÉ	41
FIGURA 11: SITE VISITE VASSOURAS	42
FIGURA 12: RODOVIÁRIA DE VASSOURAS	45
FIGURA 13: VISTA DA CIDADE DE VASSOURAS EM 1859	47
FIGURA 14: PRAÇA BARÃO DO CAMPO BELO	48
FIGURA 15: PALACETE DO BARÃO DO RIBEIRÃO	50
FIGURA 16: CÂMARA MUNICIPAL DE VASSOURAS	51
FIGURA 17: MUSEU CASA DA HERA	52
FIGURA 18: APRESENTAÇÃO DE MACULELÊ, NA FAZENDA SÃO ROQUE, PARA ALUNOS DO ENSINO MÉDIO, APÓS AULA SOBRE PRODUÇÃO CAFEIEIRA NO BRASIL IMPERIAL	54
FIGURA 19: VISTA LATERAL FAZENDA SÃO FERNANDO	55
FIGURA 20: MEMORIAL MANOEL CONGO	56
FIGURA 21: JONGO CAXAMBU RENASCER NA IV FEIRA DA CACHAÇA DE VASSOURAS	57
FIGURA 22: CANINHA VERDE NA IV FEIRA DA CACHAÇA DE VASSOURAS	58
FIGURA 23: CAPOEIRA ARTE RASTEIRA, PRAÇA BARÃO DO CAMPO BELO. VASSOURAS/RJ	59
FIGURA 24: FOLIA DE REIS, DESCENDENTES DE DAVI - VASSOURAS	60
FIGURA 25: FOLDER DE DIVULGAÇÃO DA FESTA DE SANTA RITA DE CÁSSIA	61
FIGURA 26: CENTRO DE CONVENÇÕES GENERAL SOMBRA	62
FIGURA 27: HOSPITAL UNIVERSITÁRIO DE VASSOURAS	64
FIGURA 28: ALAMBIQUE DE COBRE	70
FIGURA 29: FAZENDA SANTO ANTÔNIO DA CACHOEIRA	75
FIGURA 30: REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DA FAZENDA SANTO ANTÔNIO DA CACHOEIRA	76
FIGURA 31: PROCESSO DE PRODUÇÃO DE CACHAÇA DE ALAMBIQUE	78
FIGURA 32: JOÃO LUIZ DE FARIA E AS CACHAÇAS PRODUZIDAS	81
FIGURA 33: CACHAÇAS PRODUZIDAS	84
FIGURA 34: PEDRO E FABIO KARAM E AS CACHAÇAS PRODUZIDAS	85
FIGURA 35: PIANO DE CAUDA – MUSEU CASA HERA	102
FIGURA 36: MAPA DO CAMINHO CERVEJEIRO DE NITERÓI, RJ	1045

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: RELAÇÃO ENTRE ESPAÇO GEOGRÁFICO E ESPAÇO TURÍSTICO	14
TABELA 2: PRINCIPAIS PAÍSES IMPORTADORES DE CACHAÇA (EM DÓLAR)	66
TABELA 3: PRINCIPAIS PAÍSES IMPORTADORES DE CACHAÇA (EM LITROS)	67
TABELA 4: PRINCIPAIS ESTADOS EXPORTADORES DE CACHAÇA (EM DÓLAR)	67
TABELA 5: PRINCIPAIS ESTADOS EXPORTADORES DE CACHAÇA (EM LITROS)	67
TABELA 6: PREMIAÇÕES MAIS RELEVANTES	823

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I	5
GEOGRAFIA E A PRODUÇÃO DO ESPAÇO TURÍSTICO: UM DESTINO CHAMADO VASSOURAS	5
1.1 - A GEOGRAFIA E O TURISMO: O ESPAÇO COMO SONHO DE CONSUMO	5
1.2 - O FENÔMENO DA PRÁTICA SOCIAL DO TURISMO: SEGMENTAÇÃO E TOMBAMENTO	23
1.3 - CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO: VASSOURAS NA REGIÃO TURÍSTICA NO VALE DO CAFÉ	35
CAPÍTULO II	65
CACHAÇA: UM PATRIMÔNIO VASSOURENSE	65
2.1 - A CACHAÇA COMO PATRIMÔNIO ALIMENTAR NO BRASIL	65
2.2 - CACHAÇA TEM HISTÓRIA: DOS ANTIGOS ALAMBIQUES A FEIRA QUE RECEBE O SEU NOME	71
2.2 CACHAÇA: PATRIMONIO CULTURAL VASSOURENSE	80
2.3 A FEIRA DA CACHAÇA	86
CAPÍTULO III	89
UM ATRATIVO POTENCIAL DE VASSOURAS: A CACHAÇA	89
3.1 - AVALIANDO O POTENCIAL DA CACHAÇA PARA O MUNICÍPIO	89
3.2 A ATIVIDADE TURÍSTICA E A PRODUÇÃO DE CACHAÇA EM VASSOURAS PELO OLHAR DOS MORADORES	94
CONSIDERAÇÕES FINAIS	108
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	111
ANEXO	120
ANEXO 1	120
APÊNDICE A - Cachaça Magnífica de Faria	121
APÊNDICE B - Cachaça Kana Karam	122
APÊNDICE C - União Carvalheira	125
APÊNDICE D - Perguntas aos moradores	126
APÊNDICE E - Pesquisa com os expositores da Feira da Cachaça de Vassouras	126

INTRODUÇÃO

“Quando o Brasil criar juízo e se tornar uma potência mundial, será a cachaça, e não o whisky, a bebida do planeta.”

Sobral Pinto¹

Em 2020, mudei com minha família da cidade do Rio de Janeiro para Vassouras, região turística do Vale do Café. Havia algum tempo que desejávamos mudar para o interior do estado, em busca de um lugar tranquilo e com mais qualidade de vida; e essa ideia se acentuou com a pandemia da COVID-19. O movimento de consolidação de Vassouras e do Vale do Café como um destino turístico importante no estado do Rio - especialmente em torno do *Vale do Café Convention & Visitors Bureau* – foram os fatores decisivos para a nossa mudança.

No ano seguinte, abri a empresa de consultoria e treinamento em turismo, *Flor do Cafezal*, com foco em iniciativas que objetivam consolidar o Vale como destino turístico a partir do patrimônio cultural, um recurso fundamental da identidade regional. Ainda em 2021, trabalhei como coordenador executivo na 4ª Feira da Cachaça de Vassouras, e na edição de 2022, atuei como coordenador pedagógico e como palestrante em mesas-redondas com eixos temáticos, entre elas, a comunicação eficiente no setor da cachaça.

Neste contexto, a pesquisa se baseia na relação: espaço geográfico e desenvolvimento da atividade turística, em particular, o estudo de cunho histórico-cultural. A importância dessa prática socioeconômica no espaço contemporâneo, traz entre outras questões, temas relacionados ao (re)conhecimento, pertencimento, valorização e conservação dos patrimônios culturais de uma localidade.

Vassouras possui um vasto legado histórico-cultural, que se materializa nos dias de hoje por meio de um conjunto urbano-paisagístico tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Isto porque, a cidade possui um centro histórico com grandes palacetes e suntuosos casarões, resultado da produção cafeeira e do trabalho da mão-de-obra escravizada (MIRANDA, 2017). Aliás, boa parte do legado cultural advém dos povos escravizados, e permanece vivo na diversidade dos grupos e manifestações de cultura popular,

¹ Heráclito Fontoura Sobral Pinto, jurista brasileiro, 1893-1991.

como, por exemplo, os jongueiros, os grupos de capoeira e calangueiros, a Folia de Reis e os grupos de Caninha Verde.

Atualmente, a produção do café em Vassouras ocorre apenas em uma propriedade; bem diferente do que aconteceu no seu passado histórico, evidenciado no conjunto arquitetônico presente no município, nas fazendas e no discurso dos empreendedores e profissionais do turismo.

O estudo do espaço geográfico é um elemento essencial para compreender as transformações da natureza-cultura, em decorrência dos movimentos sociais, econômicos, políticos que ocorrem ao longo da história. Por isso, é fundamental que o turismo se sirva dos instrumentos da geografia para entender como as intervenções humanas impactam e transformam a natureza a partir do advento dos grupos sociais (SANTOS, 2008). Em relação ao desenvolvimento do turismo, Ruschmann e Solha (2006) afirmam que o pleno conhecimento do espaço permite realizar ações de planejamento e gestão da atividade, tornando assim, o espaço turístico viável aos seus visitantes, mas em primeiro lugar, aos seus cidadãos.

O diálogo entre a geografia e o turismo facilita compreender os elementos que se desenvolvem e se consolidam no espaço vassourense (CRUZ, 2003). Nesta dissertação, por exemplo, ressalta-se mais especificamente a questão do patrimônio relacionado à produção da cachaça, buscando abordá-la como potencial atrativo turístico do município. Além disso, IGNARRA (2003) afirma, que além do atrativo, o espaço turístico deve contar com a oferta de um conjunto de equipamentos e serviços turísticos, equipamentos e serviços de apoio ao turismo e infraestrutura básica. É por meio da relação e oferta (maior ou menor) desses componentes que se constituirá o produto turístico.

No entanto, mesmo que o consumo da cachaça seja cada vez mais difundido, segundo o diretor-executivo do Instituto Brasileiro da Cachaça (IBRAC), Carlos Lima, a bebida ainda é uma grande desconhecida da população: *O brasileiro ainda não conhece a versatilidade, a riqueza que existe por trás da bebida. Ainda existe aquela marginalização da cachaça e um grande preconceito* (REVISTA EXAME).

Observa-se hoje um crescente interesse em estudos sobre a cachaça enquanto patrimônio cultural, entretanto o tema dispõe de poucas pesquisas. Nesse sentido, a escolha do tema confere a cachaça um importante patrimônio histórico-cultural da cultura brasileira, tendo sua relevância no município de Vassouras, que a apresenta como um atrativo turístico local.

Assim, o objetivo geral desta dissertação é analisar a produção e a comercialização da cachaça do município de Vassouras que vem se consolidando como um importante patrimônio

histórico-cultural e atrativo turístico do Vale do Café, RJ; enquanto os objetivos específicos se propõem a:

- Levantar e compreender o arranjo espacial do turismo no município, apresentando os elementos da oferta turística que formam esse produto turístico do estado do Rio de Janeiro;
- Demonstrar a importância da cachaça como patrimônio cultural do país, e mais especificamente, do município de Vassouras;
- Apresentar como ocorre a divulgação (marketing turístico) da cachaça pelo município, tanto *in loco* (oferecida aos turistas em Vassouras), quanto em ambiente virtual;
- Propor uma rota turística envolvendo as cachaças locais, levando em consideração os eventos sobre a temática que já ocorrem em Vassouras.

A partir dessas inquietações, a fundamentação teórica se ancora partindo do núcleo receptor, também conhecido como destino/produto turístico. Posteriormente, aborda-se a constituição do território turístico (núcleo receptor) que se apropria, modifica e cria as condições para que a prática social do turismo ocorra, constituindo-se assim, pela oferta dos atrativos (relacionados ao conjunto de patrimônios naturais e culturais), equipamentos e serviços turísticos (atendem exclusiva ou preferencialmente aos turistas), equipamentos e serviços de apoio ao turismo (utilizados pelos moradores locais, mas que também podem ser utilizados pelos turistas) e infraestrutura básica (construções no espaço que pré-condicionam o desenvolvimento, melhoria da atividade turística). Enquanto o segundo eixo trabalha com a historicidade e constituição da cachaça na qualidade de patrimônio nacional, mas principalmente local, sendo um importante atrativo da prática social do turismo em Vassouras. A partir daí, ressalta-se a bibliografia base trabalhada em cada eixo:

- 1) Geografia, espaço turístico e constituição do território enquanto produto turístico: Rodrigues (1997), Lickorish e Jenkins (2000), Cruz (2001), Pearce (2003), Ignarra (2003), Santos (2008), Raimundo (2009); Aranha e Guerra (2014). O município de Vassouras: história, natureza, cultura e turismo: Stein (1990), Salles (2008), Silveira (2007), Ferraz (2011), Portella Filho (2013), Barros (2018).
- 2) Patrimônio, cachaça e turismo - apresentar a relação entre vivências, memória e a prática social do turismo: Santos (2007), Chuva (2012), Aranha (2014), Ângelo (2013 e 2016), Oliveira (2017 e 2020). Vassouras e seus patrimônios: Rodrigues (2015), Miranda (2017). A cachaça e a sua importância enquanto patrimônio

vassourense: Almeida (2000), Algranti (2005) Braga e Kiyotani (2015), Gomes (2016).

A metodologia da pesquisa ocorre em três etapas: apresentação do produto turístico atual de Vassouras e de perspectivas futuras; entrevistas quantitativas (com turistas) e qualitativas (com produtores de cachaça) demonstrando a importância da bebida como atrativo turístico para o município; e a proposta de um roteiro de divulgação turística que englobe as cachaçarias e a feira da cachaça.

A sequência da dissertação se divide em três capítulos:

O primeiro capítulo intitulado: “Geografia e a produção do espaço turístico: um destino chamado Vassouras” estabelece uma interlocução entre Geografia e Turismo partindo do entendimento de que o espaço geográfico é concreto, sendo formado por elementos distintos, mas complementares: a natureza e os grupos sociais, que podem ser transformados, reorganizados, criados a partir de uma grande variedade de práticas sociais (agricultura, pecuária, indústria, urbanização etc.). No mundo contemporâneo, o turismo de lazer se configura como um importante fenômeno socioeconômico no espaço, e não por acaso, fazem parte dos estudos da Geografia. Assim, o capítulo se subdivide em três subcapítulos: inicia com a geografia aplicada ao turismo, abordando a constituição do espaço e território turístico; em seguida, faz uma caracterização da área de estudo da região turística do Vale do Café, e mais detalhadamente do município de Vassouras.

O segundo capítulo intitulado: “Turismo e o patrimônio cultural de Vassouras: a cachaça enquanto atrativo”, aprofunda a discussão sobre patrimônio, mais especificamente o cultural (material, imaterial) estabelecendo como se constituiu no espaço e sua importância no (re)conhecimento, valorização, tombamento e elemento de identidade/referencial espacial. Posteriormente, discorre-se sobre a cachaça enquanto patrimônio e atrativo turísticos de Vassouras, ressaltando sua oferta e divulgação por meio do turismo cultural.

O terceiro capítulo intitulado: “Feira e a Roteirização dos Produtores de Cachaça em Vassouras, RJ”, apresenta os 3 alambiques do município, além da Feira da Cachaça de Vassouras, com alcance nacional. O capítulo finaliza com a apresentação da proposta de divulgação de uma rota turística que ressalta a cachaça, chamando a atenção para o novo produto turístico para Vassouras e o Vale do Café.

CAPÍTULO I

GEOGRAFIA E A PRODUÇÃO DO ESPAÇO TURÍSTICO:

UM DESTINO CHAMADO VASSOURAS

*Diga ao primeiro que passa
Que eu sou da cachaça
Mais do que do amor
Fica - Chico Buarque ²*

1.1 - A GEOGRAFIA E O TURISMO: O ESPAÇO COMO SONHO DE CONSUMO

Nas últimas décadas do século XIX, a Geografia se tornou uma área do conhecimento científico baseada na pesquisa de estudiosos pioneiros na sistematização do conhecimento geográfico moderno: Karl Ritter, Alexander von Humboldt, Friedrich Ratzel e Vidal de La Blache.

Karl Ritter foi historiador, filósofo e professor. Sua obra principal “Geografia Geral Comparada” se caracteriza pela organização teórico-metodológica da Geografia estabelecendo uma sistematização dos conhecimentos acumulados através da perspectiva regional. Ritter desenvolveu um método científico organizando a teoria metodológica da Geografia, além de ser o primeiro a propor a sistematização da ciência, preocupando-se ainda, com o seu ensino; e por isso, suas contribuições são de extrema relevância na história do pensamento geográfico (FREITAS et al., 2014).

Alexander von Humboldt contribuiu especialmente no campo de investigação da geografia física. Com largo conhecimento em diversas áreas das ciências naturais e humanas, Humboldt conduziu seus estudos geográficos pautados na observação. Humboldt percorreu diversos continentes buscando compreender os fenômenos naturais através do empirismo e do pragmatismo (FREITAS et al., 2014). Na figura 1, Fiori (2021) exemplifica com alguns desenhos ilustrativos que possibilitaram o desenvolvimento de um imenso e minucioso

² Cantor, compositor, violonista, dramaturgo, escritor e ator brasileiro.

inventário de espécies da fauna e flora, vida social, das etnias e dos costumes no continente americano.

Friedrich Ratzel formulou a primeira proposta de um estudo geográfico dedicado à discussão das relações entre a humanidade e a humanidade com o meio físico. Sua principal obra “Antropogeografia” foi referência no pensamento positivista da época, e através dela o pensador alemão definiu o objeto da Geografia levando em consideração o estudo da influência que as condições naturais exercem sobre a humanidade (FREITAS et al., 2016).

Figura 1: Estudos geográficos de observação e catalogação do espaço geográfico



Fonte: FIORI (2020, p. 228).

Vidal de La Blache, em resposta à geografia de Ratzel, desenvolveu trabalhos sobre a conformação dos estados nacionais. Segundo Freitas (2014), tanto a obra de Ratzel quanto a de Vidal foram fundamentais para a justificação dos territórios da Alemanha e da França. La Blache propôs reformular o saber geográfico apoiado na unidade regional, sem negar a atenção aos horizontes gerais ou sistemáticos da ciência geográfica.

A partir dessa breve explanação histórica, pode-se dizer que a ciência geográfica apresenta, de acordo com as diferentes correntes do pensamento (físicas ou humanas), que o espaço geográfico é o resultado da ação humana sobre a natureza, sendo o principal objeto de estudo da Geografia. Queiroz (2019) complementa dizendo que é nesse espaço que surge um sistema de ações (humanas), criando objetos técnicos que modificam a própria natureza e a sociedade. Em outras palavras, o espaço geográfico se refere a dois elementos distintos, mas complementares relacionados à superfície terrestre: a natureza, modelada por processos naturais e dinâmicos com os quais as forças da natureza operam (água, vento, clima, altitude), concebendo diferentes tipos de formas do relevo, faunas e floras em diferentes latitudes e altitudes; as quais se interrelacionam com as ocupações humanas (em diferentes pontos do globo terrestre) que ocupam e transformam a natureza a partir de trocas sociais, econômicas, políticas e culturais.

Para Santos (1996), o conceito de espaço é visto a partir de uma abordagem holística, ultrapassando a simples configuração espacial ao referenciar todo o movimento da sociedade, moldando-a e atribuindo-lhe funções e significados. Em outras palavras, o espaço geográfico deve ser analisado sob a ótica espaço-temporal, considerando, por um lado, as características naturais, e por outro, a história como um processo dinâmico ao longo do qual a sociedade se transforma mudando suas relações sociais. Cabe ressaltar que tudo o que existe se articula com o presente e passado, simplesmente pelo fato de sua existência; logo, para compreender qualquer situação, se faz necessário um enfoque espaço-temporal.

O espaço geográfico é mais do que um simples conjunto de objetos. Ele é também um conjunto de relações que se realizam sobre esses objetos. Essas relações são sociais, econômicas, políticas e culturais. Os objetos naturais e artificiais ajudam a consolidar essas relações. Eles são os suportes físicos das relações sociais (VIEIRA e OLIVEIRA, 2012, p. 5).

Por exemplo, uma estrada é um objeto natural que pode ser usada para realizar relações sociais como o transporte de pessoas e de mercadorias. Uma igreja é um objeto artificial que pode ser usada para realizar relações religiosas.

Portanto, as relações sociais são constituintes e construtoras do espaço que é formado por uma dimensão material e por uma dimensão sociopolítica, ambas indissociáveis. Dessa

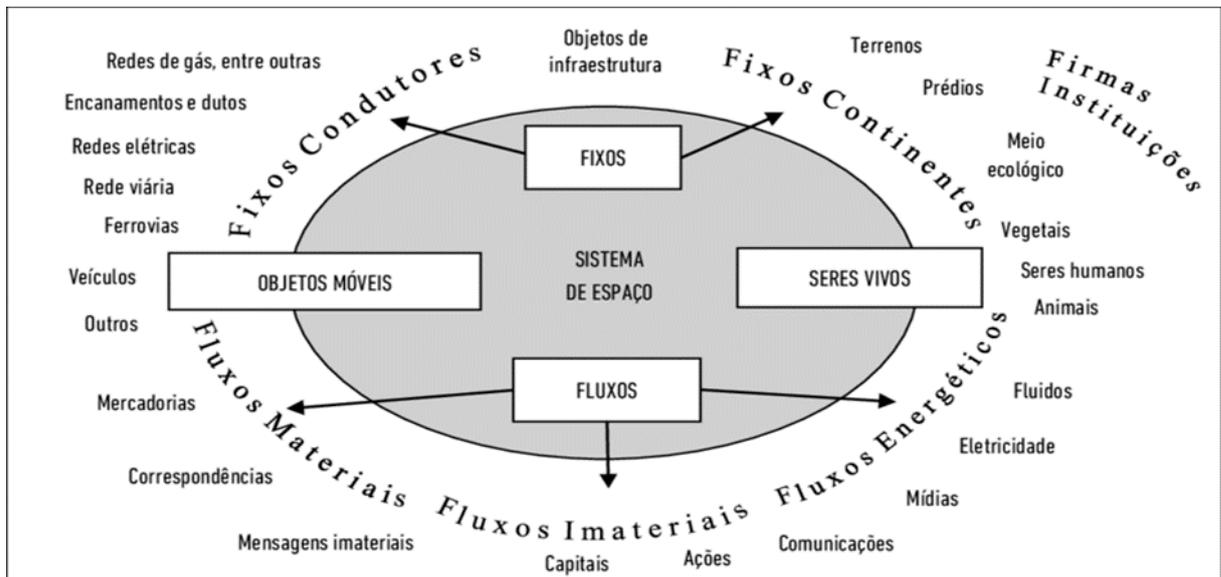
forma, o que deve estar no foco das preocupações geográficas é, a priori, a maneira como se dá a disposição física das coisas, isto é, a base material do espaço e sua organização, as quais qualificam as ações sociais (SANTOS, 1996).

Além disso, Santos (1996) completa dizendo que o espaço resulta das interações entre fixos e fluxos. Os fixos são espacialmente imóveis e construídos pela ação antrópica, podendo ser georreferenciados. Qualquer fixo é dotado de intencionalidade, ou seja, sempre apresentam uma função, e em suas dependências são exercidas atividades que justificam sua construção. Por exemplo, podem se constituir em meios de atração de pessoas que utilizam transportes em diferentes vias (ruas, trilhos de trem e metrô, rodoviária etc.); podem consumir e transformar energia (casas, indústrias, usinas hidrelétricas etc.), possibilitam circulações múltiplas, contatos humanos, trocas de informação e comunicação (cabos de fibra ótica, internet) e podem produzir conhecimento (escola, universidade, empresa automobilística etc.). Cada elemento espacial fixo está interligado a uma gama de interações e interdependências locais e distantes, que o justificam e os dão relevância social, cultural, histórica e econômica.

Enquanto os fluxos ocorrem em função dos fixos, ou pelo menos não existiriam na forma, na intensidade e na direção que são conhecidos. Isto porque tudo o que se movimenta utiliza os fixos (estradas, túneis, ferrovias, portos, aeroportos etc.) e segue em busca desses fixos (casas, mercados, lojas, bancos, praias, hotéis etc.) levando ou trazendo produtos e pessoas (SANTOS, 1996).

A proposta do espaço como um conjunto de fixos e fluxos (figura 2) ganhou novos e refinados contornos de modo que Santos (2008b) passou a considerar o principal conceito da Geografia como um conjunto indissociável de sistemas dos objetos e de sistemas de ações.

Figura 2: Fixos e fluxos no espaço geográfico



Fonte: Barros, 2020 p. 496.

Deste modo, é fundamental pensar o espaço geográfico como complexo, orgânico, híbrido (físico e social), observando que o seu uso e função podem ser modificados a qualquer momento. Criam-se assim os sistemas de objetos que representam o conjunto das forças produtivas, enquanto os sistemas de ações englobam o conjunto das relações sociais de produção. A dinâmica espacial diferencia os objetos das coisas ao mostrar que os primeiros têm elaboração social, enquanto os últimos são obras da natureza. Os objetos funcionam através de sistemas, podendo ser simbólicos ou sociais. Um objeto isolado só possui valor como coisa, adquirindo valor social apenas através das relações (SANTOS, 1996).

A ideia de que o espaço, assim como outras estruturas sociais, tende a se reproduzir de maneira ampliada, acentuando seus traços dominantes é um conceito importante na geografia humana e na sociologia. A noção de que o espaço organizado pelo homem é uma estrutura subordinada-subordinante reflete a maneira como as relações de poder são incorporadas e reproduzidas no espaço.

O espaço possui uma certa autonomia que se manifesta por meio de leis próprias, específicas de sua própria evolução é um conceito fundamental para entender a dinâmica e a complexidade do espaço geográfico. Esses conceitos são fundamentais para entender como o espaço é produzido e reproduzido, como influencia e é influenciado pelas relações sociais, econômicas e políticas (SAQUET e SILVA, 2008 p. 9).

O espaço, assim como outras estruturas sociais, tende a se reproduzir de maneira ampliada, acentuando seus traços dominantes. A noção de que o espaço organizado pelo homem

é uma estrutura que reflete a maneira como as relações de poder são incorporadas e reproduzidas no espaço (SAQUET e SILVA, 2008, p. 11).

Em suma, o espaço geográfico, pode ser entendido a partir da análise de diferentes espaços e seus respectivos ordenamentos territoriais, os quais se constituem ao longo do tempo e passam por mudanças (processo) a partir de ações e interesses socioculturais, econômicos e políticos (estrutura), que ao interagirem com o espaço geram objetos espaciais que apresentam formas fixas (aspecto visível) e função (papel desempenhado pelo objeto criado), desencadeando o deslocamento de informações, pessoas, capital (fluxos) – SANTOS (1992) e RAIMUNDO (2009).

Por exemplo, o Vale do Café é conhecido pelo seu passado glorioso. Ele produziu 75% do café consumido no mundo durante as décadas de 1850/60. A riqueza pretérita da região pode ser percebida ao visitar as antigas fazendas com seus casarões nos estilos colonial e neoclássico. O tempo passou, o café perdeu a sua força político-econômica, as antigas casas-sedes foram transformadas em museus (para visitação) e hotéis-fazenda como o que aconteceu com a Fazenda do Secretário (Figura 3) e a São Luiz da Boa Sorte, localizadas em Vassouras. Em outras palavras, a partir do conhecimento da história (processo) sabe-se que Vassouras e a região tiveram um apogeu econômico com o cultivo e a exportação do café, mas o ciclo econômico terminou no final do século XIX.

Em meados da 1990, as fazendas que estavam abandonadas foram abraçadas pelo desenvolvimento da prática social do turismo (estrutura), e assim, antigas e imponentes casas-sede (formas), são transformadas em locais de visitação e hotéis-fazenda. Aí então as pessoas seguem para o destino em diferentes tipos de transportes, e parte dos visitantes se informam do lugar através de sites (que falam sobre o passado histórico, anunciam serviços de hospedagens e organizam passeios às fazendas antigas restauradas), pagam as estadias pela internet e/ou levam dinheiro para usar durante a viagem. Enfim, todas essas ações se relacionam aos fluxos no espaço. A partir desse contexto, comenta-se a figura 4, entendendo que um espaço turístico ocorre a partir de um processo histórico, que em decorrência de interesses (estrutura) adapta, transforma, cria formas (fixos) e funções para essa prática espacial - em suas múltiplas tipologias: sol e praia, religioso, eventos, rural, cultural etc. E dependendo do tamanho e importância desse espaço turístico gera fluxos regionais, nacionais e internacionais.

O espaço turístico é, de fato, uma consequência da presença e distribuição territorial dos recursos turísticos³, que são a matéria-prima do turismo. Juntamente com o empreendimento e

³ Recurso Turístico: É qualquer manifestação da natureza ou da cultura que tenha capacidade de atrair turistas e possa servir de “matéria-prima” para a formatação de um atrativo turístico.

a infraestrutura turística, esses elementos são suficientes para definir o espaço turístico.

O espaço turístico é entendido como um espaço transformado pelos fluxos de turistas, onde são criadas estruturas receptoras de diversas naturezas tais como, alojamentos, restaurantes e entretenimento. Essas estruturas geram contribuições econômicas significativas para o local.

Figura 3: Fazenda do Secretário – de casa sede à local de visitação turística



Fonte: A casa senhorial (2023).

Neste contexto, Cruz (2003) afirma que o turismo se apropria da produção do espaço geográfico através da prática social. Nesse sentido, é preciso considerar o conjunto de relações em que se desenvolve a atividade, bem como suas dimensões local e global.

A intensificação do uso turístico de uma porção do espaço geográfico pode levar a uma série de mudanças nessa porção do espaço. Essas mudanças incluem a introdução, multiplicação e concentração espacial de objetos, cujas funções são dadas pelo desenvolvimento da atividade turística. Entre esses objetos, destacam-se os meios de hospedagem, os equipamentos de restauração e de prestação de serviços e a infraestrutura de lazer.

A intensificação do uso turístico de uma porção do espaço geográfico pode levar à introdução, multiplicação e concentração espacial de objetos, cuja função é dada pelo desenvolvimento da atividade turística. Entre esses objetos, destacam-se os meios de hospedagem, os equipamentos de restauração e de prestação de serviços e a infraestrutura de lazer (CRUZ, 2003, p. 12).

Esse processo de apropriação dos espaços pela prática social do turismo é chamado de gênese dos territórios turísticos. A gênese dos territórios turísticos é um processo dinâmico que envolve a interação de diversos fatores, incluindo os recursos turísticos, as necessidades e

interesses dos turistas, as políticas públicas de turismo e o investimento privado no setor turístico (CRUZ, 2003, p. 12).

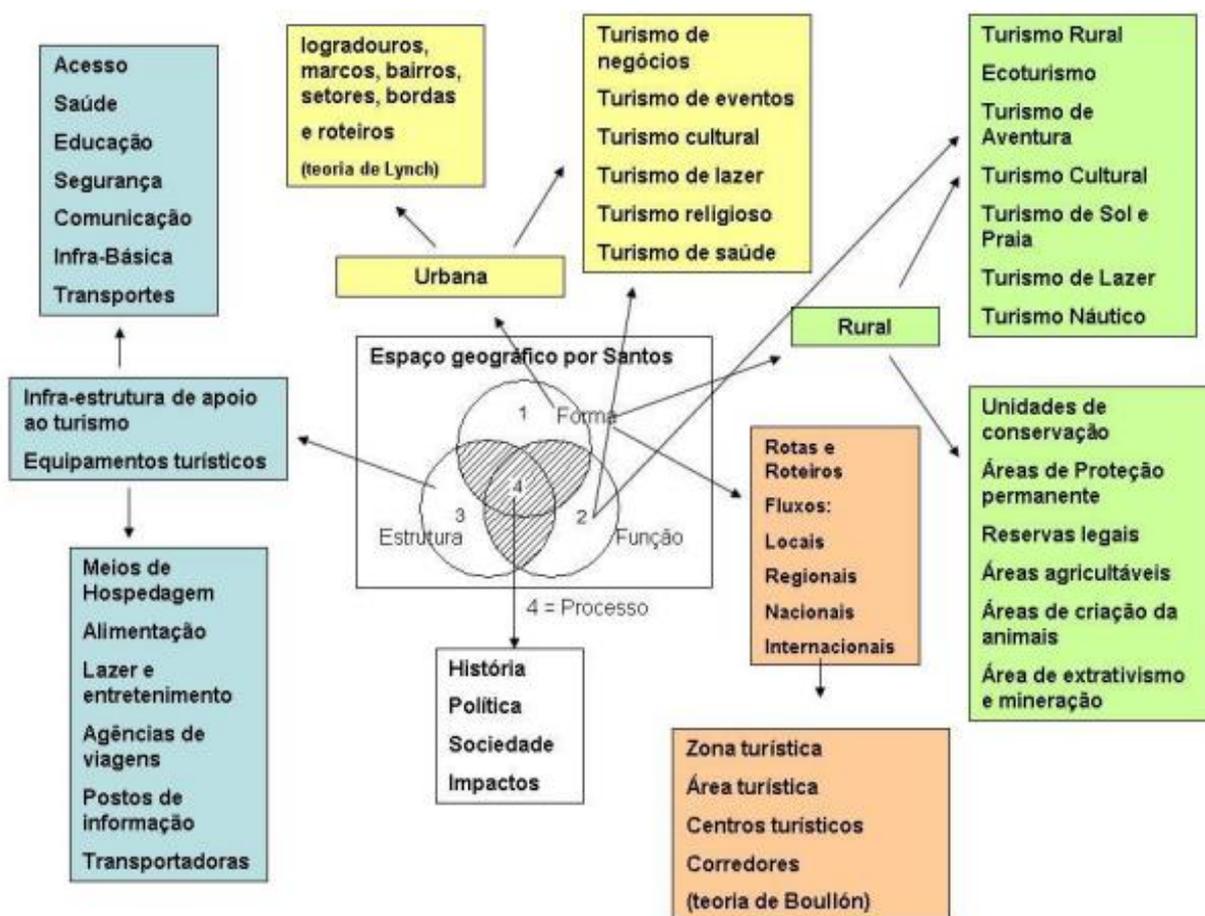
A gênese dos territórios turísticos pode ter impacto significativo na dinâmica do espaço geográfico. Ela pode levar ao desenvolvimento econômico e social da região, mas também pode gerar conflitos como a gentrificação e a poluição ambiental (CRUZ, 2003, p. 13).

Aqui estão alguns exemplos de como a gênese dos territórios turísticos pode se manifestar:

- Um pequeno vilarejo de pescadores pode se transformar em um destino turístico popular com a construção de hotéis, restaurantes e atrações turísticas.
- Uma cidade histórica pode se tornar um destino turístico cultural, com a recuperação de monumentos e a organização de eventos culturais.
- Uma região natural como praia ou floresta pode se tornar um destino turístico de natureza com a construção de infraestrutura de lazer e a criação de parques nacionais.

A gênese dos territórios turísticos é um tema importante para a geografia, pois permite entender como a atividade turística pode transformar o espaço geográfico e como essa transformação pode afetar a vida das pessoas que habitam esses lugares (CRUZ, 2003, p. 13).

Figura 4: Esquema síntese para compreensão do espaço turístico



Fonte: Albach et Gândar (2010).

Os estudos de Milton Santos, Rodrigues (1999) ainda fazem uma correlação entre os espaços geográfico e turístico, demonstrando que a prática do turismo enquanto fenômeno social se apropria, transforma (re)organiza, cria o espaço turístico para que possa existir, ou seja, é estabelecida uma lógica de desenvolvimento que é dinâmica e tende a acompanhar o movimento social.

Santos (2007) afirma que a evolução do turismo está diretamente relacionada à cultura do consumo (do espaço) fazendo com que hábitos e desejos dos consumidores (os turistas) se modifiquem e, assim, sejam criadas outras/novas ofertas de consumo do espaço. Em outras palavras, os turistas se deslocam a partir de motivações distintas e buscam destinos (produtos) que satisfaçam as suas necessidades. Portanto, a demanda é influenciada por diversos fatores (socioculturais, econômicos, políticos, ambientais); e ao se considerar ainda, que o consumo turístico é antes de tudo a busca por uma experiência pessoal, subjetiva, aborda-se a influência das características psicológicas do consumidor ao buscar determinada experiência.

Tabela 1: Relação entre Espaço Geográfico e Espaço Turístico

Espaço Geográfico	Espaço Turístico
Seres humanos/Sociedade	<ul style="list-style-type: none"> ● Demanda turística. ● População residente. ● Representantes de instituições públicas, privadas e do terceiro setor ligados ao turismo.
Firmas	<ul style="list-style-type: none"> ● Meios de Hospedagem ● Empreendimentos de alimentação ● Agências e operadoras de turismo ● Transportadoras turísticas ● Espaços para eventos ● Serviços de lazer e entretenimento ● Empresas de marketing e promoção
Instituições	Superestrutura turística – instituições reguladoras e normatizadoras da atividade (OMT – Organização Mundial do Turismo, OMC – Organização Mundial do Comércio, Ministério do Turismo, Embratur – Instituto Brasileiro do Turismo, Secretarias Estaduais e Municipais de Turismo, Entidades da Classe Turística etc.).
Infraestrutura	<ul style="list-style-type: none"> ● Serviços públicos ● Transporte e acessos ● Comunicação ● Segurança ● Educação ● Saúde
Meio Ecológico	<ul style="list-style-type: none"> ● Base física do trabalho humano ● Questões dos ecossistemas e do turismo sustentável

Fonte: Albach e Gândar (2010).

Deste modo, a produção do espaço se adequa cada vez mais a essa nova demanda de consumo onde os espaços turísticos são criados e recriados com a finalidade de satisfazer as exigências da sociedade contemporânea e global (SANTOS, 2007).

Assim, a partir do breve exemplo do processo de constituição da produção do espaço turístico de Vassouras, a dissertação se limita a discutir mais especificamente a Geografia aplicada ao setor do turismo que se estabelece como um campo de estudo para o qual o espaço geográfico é adaptado, transformado, criado, representado, analisado, a partir do fenômeno turístico de massa. O geógrafo austríaco Joseph Stradner, a quem é atribuída a origem do termo

“geografia do turismo” em 1905, chamou a atenção para os efeitos positivos do turismo na balança de pagamentos (Castro, 2006, p. 17).

Castro (2006) ressalta que esses autores teriam reconhecido a relevância que o lazer⁴ começava a assumir na sociedade da época, chegando a considerá-lo tão importante quanto o trabalho, a moradia e a educação. No século XX, após a Segunda Guerra Mundial, mais precisamente na década de 1970, o fenômeno turístico começa a ter importância como campo de estudo, tendo sua consolidação enquanto fenômeno de abrangência mundial a partir da década de 1990.

Martins e Fiori (2020) citam motivos tecnológicos e socioeconômicos essenciais para o avanço do lazer turístico. A tecnologia reduz o tempo de deslocamento devido a melhoria dos meios de transporte - navios e trens a vapor, carro, avião; além da melhora paulatina da comunicação - rádio, televisão, telefone, satélite, internet. Enquanto as mudanças socioeconômicas vieram por lutas (muitas vezes sangrentas) e conquistas de direitos trabalhistas, que reduziram paulatinamente as horas trabalhadas, aumentando os períodos de descanso (finais de semana, férias remuneradas); somando ainda, a melhoria nos níveis de educação e um número maior de pessoas para a classe média no mundo.

Santos (2010) ressalta que há seis características que se aplicam a uma parte considerável dos turistas contemporâneos: é um multi consumidor turístico; possui uma consciência ambiental mais desenvolvida; fragmenta suas férias e transita por diferentes espaços; é informado a respeito das ofertas existentes; é mais independente, exigente e opta por um turismo mais personalizado; e reservam num curto prazo suas viagens. Além das seis características citadas, é preciso notar a base das diversas mudanças nos hábitos do consumo turístico, que podem ser analisadas a partir de quatro grupos distintos: férias fracionadas em viagens de curta duração como o Carnaval ou Semana Santa; utilização de meios alternativos para organizar e comprar viagens como os sites de reservas de hotéis (Booking), plataformas de compartilhamento de acomodações (Airbnb), aplicativos de transporte (Uber); mudanças nos hábitos de consumo; e novos mercados turísticos.

Albach, e Gândar (2010) descrevem os estudos sobre as atividades turísticas, levando em consideração as correntes do pensamento geográfico quais sejam: a geografia clássica onde se privilegia as influências que os fatores físicos e antropogeográficos têm sobre o aparecimento

⁴ Lazer é um conjunto de interesses de ocupação na qual a pessoa pode se entregar em seu tempo livre (do trabalho, escola, obrigações domésticas etc.), possibilitando o descanso, a diversão e o desenvolvimento pessoal. Os interesses do lazer são divididos em sete tipos: físico, manual, intelectual, artístico, social, virtual e turístico (FIORI, 2010).

e o desenvolvimento do turismo; a geografia neopositivista, com a busca das regularidades existentes e a distribuição de fenômenos espaciais de modo que o turismo e a recreação foram campo de provas para a corrente; a nova geografia que renega o pensamento positivista, considerando-o reducionista e formal, reconhece os comportamentos espaciais como a expressão concreta das necessidades reais de determinados grupos humanos no campo do ócio e entende que a nova dinâmica da sociedade pós-industrial afeta os novos comportamentos turísticos; a Geografia Pós-modernista influi no pensamento de planejamento e apreensão e estudo do fenômeno turístico e influencia os fundamentos e a perspectiva evolutiva da Geografia do Turismo (ALBACH, e GÂNDAR 2011, p. 5).

Adyr Balastrieri Rodrigues é pioneira no Brasil no trabalho com a questão da produção do espaço por meio do Turismo, demonstrando a “relevância social, política, cultural e econômica que esta atividade ganhou nos últimos tempos”.

Padilha (2018) afirma que a Geografia do Turismo surge como uma nova área de conhecimento geográfico, e conseqüentemente, novos campos de investigação. No entendimento de Rejowski (2001), a Geografia e o Turismo compartilham ideias e áreas em comum, ou seja, a “geografia é uma das poucas disciplinas onde o turismo tem sido reconhecido como área de interesse e como tal vem sendo estudado sob a denominação de geografia do turismo, geografia turística, geografia da recreação ou geografia recreacional” (REJOWSKI, 2001, p. 19).

O turismo é uma força poderosa que molda e transforma os espaços. Ele se apropria dos lugares impondo novas dinâmicas e usos aos objetos existentes. O turismo não é apenas um consumidor de espaço, mas também um produtor de espaço, pois cria, transforma e valoriza os lugares de maneira diferenciada.

Os recursos geográficos - como o relevo, a vegetação, o clima, o uso e ocupação do solo e as construções humanas - são elementos atrativos do turismo que permitem e estimulam suas múltiplas práticas. Esses atributos se tornam a matéria-prima do turismo.

Portanto, é fundamental pensar o espaço como um organismo dinâmico tendo em vista que o seu uso e função podem ser substituídos por outros a todo instante.

Para Cruz (2001, p. 12), “a intensificação do uso turístico de dada porção do espaço geográfico leva a introdução, multiplicação e, em geral, concentração espacial de objetos cuja função é dada pelo desenvolvimento da atividade”. A autora reitera que o *trade* turístico⁵ tem

⁵ *Trade* turístico significa o conjunto de agentes, operadores, hoteleiros e prestadores de serviços turísticos que incluem restaurantes, bares, rede de transportes etc. Disponível em: <

produzido espaços destinados a várias formas de consumo pelos equipamentos/serviços do turismo, envolvendo todo o *trade*.

A dinâmica da produção de territórios turísticos é um processo dinâmico e mutável. Ela está em constante transformação à medida que novos espaços são incorporados e outros são abandonados (CRUZ, 2001, p. 12).

Um dos fatores que contribuem para esse dinamismo é a existência de modismos no turismo. Os modismos são tendências que surgem e se popularizam rapidamente e podem levar ao surgimento de novos destinos turísticos ou ao abandono de destinos antigos (CRUZ, 2001, p. 12).

O marketing tem um papel importante na criação e disseminação de modismos turísticos. As empresas turísticas utilizam estratégias de marketing para promover novos destinos e atrações, o que pode levar a um aumento da demanda turística e à valorização desses espaços. É importante estar atento aos modismos turísticos, pois eles podem provocar impacto significativo na dinâmica da produção de territórios turísticos (CRUZ, 2001, p. 12).

O abandono de destinos turísticos pode ter um impacto significativo na dinâmica do espaço geográfico. Ele pode levar à perda de empregos, à redução da renda e ao declínio da qualidade de vida da população local.

O espaço no turismo se torna produto de consumo quando essa prática social realiza o ciclo do capital, ou seja, quando o turista paga (transporte, hotel, conhecer atrativos, guias etc.) para desfrutar de uma experiência pessoal em um espaço geográfico que não é o seu - consumo, valor de troca (CRUZ, 2001; PORTUGUEZ, 2001). Padilha (2018) complementa que a atividade turística desempenha diferentes funções nos espaços onde é desenvolvida, tendo como referência a localização do destino turístico, as atividades turísticas oferecidas e o grau de importância do turismo na economia local.

Além disso, os espaços turísticos podem ter uma função dominante quando o turismo é a atividade principal econômica de uma localidade, por exemplo, as cidades de Cancún, Las Vegas ou San Carlos de Bariloche, que se estabelecem como espaços criados a partir da prática do turismo; uma função estruturante, quando o turismo constitui um dos pilares da economia local, por exemplo, a cidade do Rio de Janeiro ou Curitiba; ou uma função complementar ou residual, quando o turismo ocupa uma posição periférica dentro da economia local, por exemplo, os municípios de Engenheiro Paulo de Frontin ou Nova Iguaçu no estado do Rio de

Janeiro.

O marco conceitual do espaço turístico não é o número de visitas, mas a função turística que estabelecidas juntamente com as transformações espaciais geradas. Essas transformações variam de acordo com os tipos de turismo e as características determinantes do espaço. Portanto, é o consumo do espaço pelo turismo que produz os espaços turísticos. Cada espaço turístico é único e reflete as características específicas do lugar e do tipo de turismo praticado.

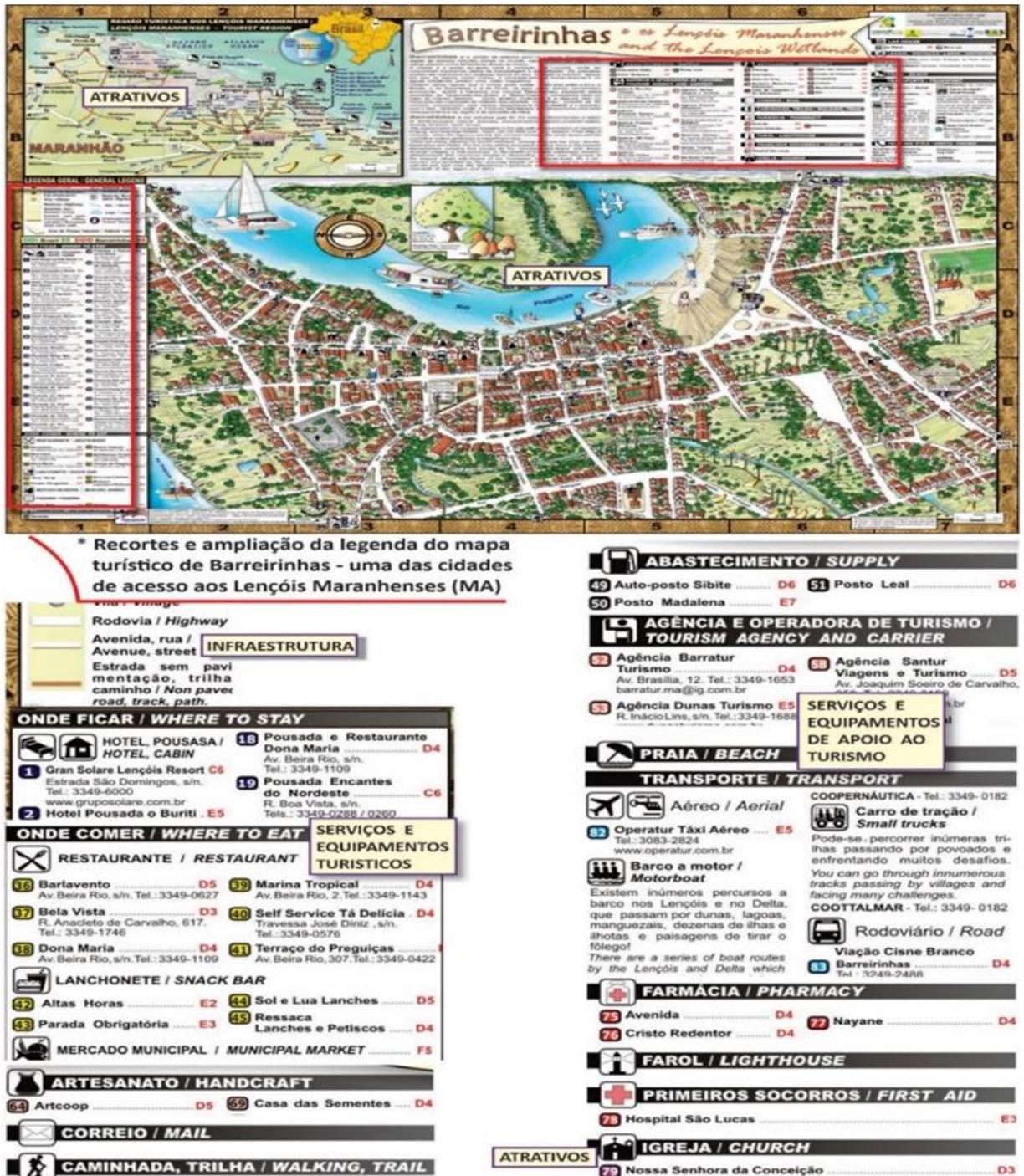
Neste contexto, é fundamental entender que a atividade turística modifica, transforma, cria equipamentos, serviços e infraestruturas em várias parcelas do espaço. Inicialmente, é essencial se estabelecer os quatro elementos formadores da oferta turística (BRASIL, 1998; IGNARRA, 2003; CASTRO, 2019; CARDONA, 2007; FERREIRA, 2014 e MARTINS e FIORI, 2020):

- Infraestrutura básica - são construções, serviços no espaço que pré-condicionam o desenvolvimento, melhoria da localidade e, conseqüentemente, da atividade turística. Exs.: Saneamento básico, rodovia, rodoviária, trilhos (a extensão da rede) de trem e metrô, coleta de lixo, rede de energia elétrica e internet, segurança.
- Atrativos - são todos os patrimônios de um destino turístico (locais, objetos, eventos, manifestações etc.), que levam efetivamente os visitantes a se deslocarem para um determinado destino turístico. Os atrativos são divididos em dois grandes grupos: naturais e culturais (material, imaterial, imóvel, móvel).
- Equipamentos e serviços turísticos - atendem exclusiva ou preferencialmente aos turistas. Exs.: restauração (restaurante, lanchonete, churrascaria, café etc.), acomodação (hotel, pousada, *camping*, *hostel* etc.) relacionados a atividades de lazer (bar, boate, estádio, campo de futebol, parques temáticos, marinas, mirantes etc.), meios de transporte exclusivos para o turismo (cruzeiros, trens turísticos etc.), guiamento, comércio destinado aos turistas, delegacia especializada em casos de turistas, quiosque de informação turística.
- Equipamentos e serviços de apoio ao turismo - são utilizados pelos moradores no destino, mas que também podem ser utilizados pelos turistas. Ex.: ônibus, trem, táxi, banco, hospital, posto de abastecimento, serviço mecânico, comércio local, delegacia “comum”.

Lemos (2005) ressalta que esses elementos estão ligados direta ou indiretamente à atividade turística e, quando agrupados, adquirem valor turístico. Os mapas para o turismo acabam representando (com maior ou menor detalhe) muitos desses elementos de venda do

espaço, sendo distribuídos por órgãos públicos e privados como recurso de marketing turístico do destino comercializado (MARTINS e FIORI, 2020) (Figura 5).

Figura 5: Mapa turístico de Barreirinhas nos Lençóis Maranhenses

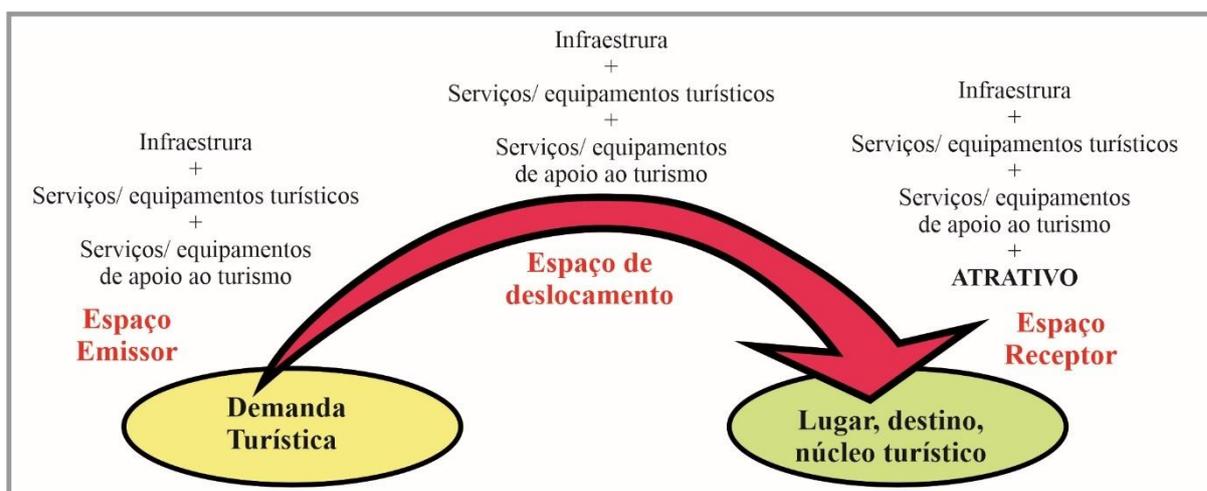


Fonte: MARTINS e FIORI (2020, p. 63).

Segundo Cruz (2001), os quatro elementos formadores da oferta turística se estabelecem

em três grandes porções espaço turístico: os polos emissores de fluxos, os espaços de deslocamento e os núcleos receptores dos turistas (Figura 6). O polo emissor ou espaço de demanda é de onde as pessoas (turísticas) saem (podendo ser contabilizadas) para viajar e desfrutar dos destinos turísticos. No espaço emissor é preciso, por exemplo, o uso de infraestruturas como o aeroporto (se for usar avião) ou rodoviárias (ou ônibus), além disso, se faz uso de serviços como agências de turismo, restaurantes, hotéis, bancos etc. O espaço de deslocamento é onde ocorre efetivamente a grande mobilidade espacial, devendo haver infraestruturas e serviços, por exemplo, no caso da viagem em avião (que é um serviço) se o voo é direto não se faz uso de infraestrutura e serviços, mas se a viagem tiver escala e/ou conexão é necessário fazer uso de infraestrutura (aeroporto) e de serviços (restaurante, banheiro etc.) durante o deslocamento. Em outro exemplo, ao se fazer uma viagem por rodovia (infraestrutura) é bem provável que se pare em restaurantes, postos de abastecimento (serviços) - isso tanto se for de ônibus (que é um serviço) ou de carro. Por fim, se chega ao núcleo receptor - (destino turístico) o qual é efetivamente transformado, modificado, criado para que a atividade aconteça, dispondo ainda dos atrativos. Logo, essa é a única porção do espaço turístico que apresenta os quatro elementos formadores da oferta turística.

Figura 6: O espaço turístico



Fonte: Figura realizada por Sérgio Ricardo Fiori adaptada de CRUZ (2001) e IGNARRA (2003).

Levando em consideração o espaço turístico e os quatro elementos formadores da oferta turística, a pesquisa tem o foco no espaço receptor, que se constitui em um produto turístico. BRASIL (2018) e Ignarra (2003) complementam que além do atrativo, serviço/equipamento turístico, de apoio ao turismo e infraestrutura básica; um produto turístico é composto da imagem da marca (do destino), o preço e a gestão.

Neste contexto, evidenciamos até aqui, as relações espaciais para a conformação do

produto turístico, pois é a partir dele (que está no espaço: principal conceito da Geografia) que se ressaltam quatro desdobramentos conceituais: lugar, paisagem, região e território, também imprescindíveis para entender um espaço receptor. De maneira breve, referenciando-se em Santos (2008), Cruz (2001) e Raimundo (2009), os conceitos são trabalhados e relacionados a atividade turística:

- Lugar turístico - caracteriza-se inicialmente pelo espaço geográfico único, familiar (concreto, histórico, natural, cultural) no qual um grupo social estabelece um vínculo de conhecimento, identidade, uso, afetividade com os objetos/formas do espaço. Conseqüentemente, do ponto de vista espacial, a atividade turística pode acontecer em qualquer lugar do planeta, porém para que exista o lugar turístico é preciso haver turista⁶, ou seja, são espaços apropriados pela prática social do turismo. É onde está o mercado turístico, ao possibilitar o encontro e relação entre a oferta de produtos, serviços turísticos e a demanda, individual ou coletiva, interessada e motivada pelo consumo e o uso dos produtos e serviços (FRATUCCI, 2001, p. 122).
- Paisagem turística - parte do princípio de que um espaço geográfico resulta dos aspectos visuais, de cenário, sendo formada a partir das imagens (olhares) de um lugar. As imagens podem ser “colhidas” de diferentes maneiras, principalmente pela visão; mas também por sons, movimentos, cheiros, que nos remetem a imagens e suas representações iconográficas (fotos, desenhos, vídeos etc.). O marketing turístico trabalha a percepção das formas da paisagem divulgando o patrimônio material (natural, cultural) e imaterial (gastronomia, festas, artesanato) de um lugar. Pimentel, Pinho e Vieira (2006) afirmam que é a partir da imagem da marca (do destino) que gestores do turismo transmitem a identidade local ao público consumidor (demanda turística), podendo apresentar a partir de imagens na mídia (campanhas por meio de posters, revistas, filmes, mapas, internet) características do destino (atrativos, estilo de vida) que tragam o reconhecimento e a lembrança do potencial visitante (FRATUCCI, 2001 p. 131).
- Território turístico - está relacionado ao poder exercido sobre o espaço geográfico estabelecendo limites, ou seja, é a partir do território político-jurídico que se exerce poder soberano sobre a superfície (terrestre), que materialmente é delimitada (poder

⁶ Pessoa que se desloca para fora de seu local de residência permanente por mais de 24 horas, pernoita, por motivo outro que o de não fixar residência ou exercer atividade remunerada, realizando gastos de qualquer espécie com renda recebida fora da região visitada (Cruz, 2001).

público municipal, estadual e federal), e gerida a partir de decisões legais (executivo, legislativo e judiciário) para seu uso. Por exemplo, definir onde vão instalar os serviços públicos (hospitais, áreas de lazer) e a infraestrutura básica (saneamento básico, rodovias, energia elétrica) ou políticas de fomento à indústria, comércio, agricultura etc. Ruschmann e Solha (2006) ratificam que o poder público é fundamental e se configura como um poderoso agente de (re)qualificação espacial, social, funcional dos lugares. Desse modo, o território turístico só acontece quando há interesse em modificar o espaço (introduzir, adaptar, multiplicar serviços, infraestruturas) para que a prática do turismo aconteça, e para isso, é necessária a presença de turistas, o *trade* e o poder público (através de leis, promoção, fiscalização, organização do espaço) para que o território seja viabilizado, possibilitando assim, o deslocamento de pessoas, dinheiro e informação relacionados a esse fim. Portanto, é no território turístico que estão os planejadores e promotores turístico, agentes que têm ligação mais próxima com o lugar turistificado⁷. Os planejadores públicos atuam nas Secretarias de Turismo (esferas municipal e estadual) e no Ministério do Turismo (esfera federal). Quanto aos agentes planejadores cabe pensar a atividade turística que é grande produtora e consumidora do espaço, exigindo atitudes responsáveis a respeito do planejamento do espaço, orientando-se pela sustentabilidade (FRATUCCI, 2001, p. 123).

- Região turística - caracterizada por uma parte, uma fração (menor) do espaço pertencente a um todo, ou seja, é sempre parte integrante de um espaço maior (território). Por exemplo, a região turística do Vale do Café (fração composta por 15 municípios) apresenta atrativos, imagens naturais e culturais comuns que a diferencia de outras regiões turísticas do estado do Rio de Janeiro (que representa o todo). A região turística planeja infraestrutura, serviços e equipamentos, consolidação de atrativos (campanha de marketing sempre considerando um planejamento mais amplo (além dos limites municipais) com regras, normas, metas estabelecidas pela região turística (BRASIL, 2018, p.25). Em outras palavras, Padilha (2018) define regiões turísticas como uma unidade territorial básica do espaço turístico que podem se integrar às microrregiões derivadas das mesmas relações funcionais ou por compartilharem uma determinada imagem turística.

Por esses motivos o turismo é um importante fenômeno socioespacial que se apropria

⁷ Turistificação é o processo de implantação da infraestrutura turística em lugares com potencial turístico, ou seja, é a apropriação deste espaço, bem como a sua transformação, para atender aos interesses de pessoas de outras localidades que praticam o turismo.

das diferentes instâncias do espaço devido a necessidade de configuração de suas formas para o posterior fluxo de pessoas, informações, capital.

A partir das diferentes tipologias de espaços turísticos e da oferta de maior/menor de elementos formadores da oferta turística é que se tem o produto turístico. Objeto de estudo da Geografia, pressupõe uma perspectiva crítica, considerando a ação sobre espaço que pode proporcionar, por um lado, a geração de empregos e o desenvolvimento econômico, a proteção de patrimônios naturais e culturais, o aumento da arrecadação (taxas e impostos), a implantação de infraestrutura básica (saneamento básico, coleta de lixo etc.). Por outro lado, pode causar o desmatamento de áreas naturais, a não inserção ou inserção precária da população local na atividade turística, o aumento da violência, prostituição e a descaracterização da cultura local, o aumento dos preços (produtos) e tensão pela relação precária entre turistas e moradores locais (RAIMUNDO et al, 2007).

Os exemplos demonstram a relação estreita e indissociável entre a Geografia e o Turismo. É possível a crítica ao se estabelecer o espaço turístico como resultado de uma construção social, e não naturalmente fadado a comportar a atividade turística. Isto porque é um produto de processos históricos e socioculturais (subjetivos, objetivos), que se articulam em decorrência de interesses, valores, formas e imagens com os atributos materiais do lugar turistificado. No caso desta pesquisa, o produto estudado é o município de Vassouras, na região turística do Vale do Café, no estado do Rio de Janeiro.

1.2 - O FENÔMENO DA PRÁTICA SOCIAL DO TURISMO: SEGMENTAÇÃO E TOMBAMENTO

O turismo contemporâneo surge em 1841, quando Thomas Cook organizou a primeira excursão coletiva na Inglaterra. Em 1867, Cook criou o voucher hoteleiro, conseguindo apoio da câmara dos lordes para que sua criação fosse obrigatória para todos aqueles que trabalhassem como operadores e agentes de viagem e turismo (BRAGA, 2007).

No entendimento de Bomfim (2006), a história do turismo é dividida em quatro estágios:

O primeiro estágio, período entre a pré-história e a era medieval, onde as viagens eram motivadas principalmente por necessidades militares, religiosas e comerciais. As pessoas viajavam para participar de guerras e lutas, em peregrinações a locais sagrados ou para estender suas relações comerciais. Esse período é marcado pelo espírito de aventura do homem. É fascinante ver como as motivações e os métodos de viagem evoluíram ao longo do tempo (BOMFIM, 2006, p. 21).

O segundo estágio se inicia com a revolução tecnológica do final do século XIX, especialmente com a introdução do transporte ferroviário, causando impacto significativo na mobilidade humana. O desenvolvimento industrial levou a uma expansão econômica robusta, aumentando a necessidade do deslocamento das pessoas (BOMFIM, 2006, p. 21).

As fábricas surgiram, as cidades se desenvolveram e mudaram de aparência. Com o aumento do poder aquisitivo, o número de viagens também aumentou. Este período marcou uma mudança significativa na maneira como as pessoas viajavam e interagiam com o mundo ao redor. É realmente interessante observar como esses avanços tecnológicos moldaram a sociedade e as práticas de viagem (BOMFIM, 2006, p. 21).

O terceiro estágio está compreendido entre as duas Guerras Mundiais (1918 a 1939) e foi marcado por mudanças significativas em diferentes aspectos da sociedade. Após o fim da Primeira Guerra Mundial em 1918, o mundo viveu um período de recessão econômica que durou até o final da década de 1920. Durante esse tempo, houve mudança na priorização dos investimentos, priorizando investimentos na aviação e na expansão das rodovias em detrimento das ferrovias. Isso ocorreu em grande parte devido ao rápido desenvolvimento tecnológico e à crescente demanda por transportes mais rápidos e eficientes. No entanto, tal mudança também teve implicações significativas para a economia global e na forma como as pessoas viviam e trabalhavam (BOMFIM, 2006, p. 21).

O quarto estágio ocorreu no período pós-1945 e estende-se até os dias de hoje. Este período foi beneficiado pelos avanços produzidos pela 2ª revolução tecnológica e industrial, traduzindo no aumento do poder aquisitivo, do tempo livre e, por consequência, as mudanças de hábito, as pessoas passaram a realizar viagens para conhecer novos lugares. Por natureza, o ser humano tende a racionalizar suas atitudes e procurar motivos que o leve a tomar variadas e inesperadas decisões em todos os campos de suas atividades naturais e artificiais, práticas e teóricas. Assim, o homem desde que percebeu que gostava ou carecia ampliar seu campo de ação pelo deslocamento em busca de víveres, aumentar o território tribal ou reduto familiar ou saciar sua curiosidade a respeito do que pudesse se apropriar abrindo possibilidades para novas experiências para além do horizonte conhecido, aprendeu a viajar. Em meio ao processo de desenvolvimento das cidades e do campo, o turismo ganha reforço para organizar suas primeiras atividades turísticas. Um deles foi Thomas Cook denominado o pai do turismo de massa, pois ao ter a percepção de que muitas pessoas tinham o interesse em participar de um evento numa cidade próxima da que vivia, alugou um trem para uma viagem de um dia, tornando-se daí, um grande empreendedor e divisor de águas do turismo (amadorismo/profissionalismo) (BOMFIM, 2006, p. 21).

No Brasil, o turismo se tornou uma prática percebida no início do século XX, com os espaços de lazer e movimentos turísticos internos e viagens curtas. Pode-se firmar como marco a criação da Sociedade Brasileira de Turismo em 1923. O turismo surgiu associado ao lazer, sem associação com a aventura ou ao teor educativo, como era na Europa. A partir de 1950, maiores contingentes começaram a viajar, mas ainda era algo restrito às classes mais altas (BARRETTO, 1995, p. 56).

Após a Segunda Guerra Mundial a atividade turística evoluiu como consequência de fatores relacionados à elevação do poder de compra das pessoas, à produtividade empresarial e aos direitos dos trabalhadores de férias. As décadas de 1960 e 1970 foram marcadas pela massificação turística, quando os *voos charters* e os variados pacotes turísticos conduziram milhares de pessoas de todas as partes do mundo. Os vales e montanhas da Europa se urbanizaram para atender à demanda de esportes de inverno (MAGALHÃES, 2002).

A Organização Mundial de Turismo (OMT) conceitua: O turismo envolve uma variedade de atividades que as pessoas realizam durante suas viagens. Isso pode incluir visitar pontos turísticos, experimentar novas culturas e culinárias, participar de eventos locais e muito mais. O turismo pode ser por lazer, negócios ou outros motivos, e geralmente envolve ficar em um lugar diferente do seu ambiente habitual por menos de um ano. É uma parte importante da economia global e tem um impacto significativo em muitas comunidades ao redor do mundo (OMT, 2001, p. 38).

O fenômeno do turismo é visto de forma multidisciplinar, possuindo particularidades econômicas, sociais e ambientais, o que deixa claro a relevância da atividade para as relações humanas contemporâneas. A ação multi/transdisciplinar traz consequências positivas para o desenvolvimento local. Segundo Beni (2006, p. 235), viajar envolve um complexo processo permeado de necessidades de escolhas sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Nesse processo, são inúmeros os fatores determinantes para a escolha do destino: realização pessoal, motivação econômica, cultural e até científica. O consumo se dá por meio de roteiros interativos espontâneos ou dirigidos, facilitados atualmente pela popularização do acesso à internet.

Enquanto Panosso Netto (2010) explica que: O turismo tem um papel importante a desempenhar em várias áreas:

- **Inclusão social:** O turismo pode proporcionar oportunidades de emprego e renda, contribuindo para a inclusão social. Além disso, pode ajudar a preservar as tradições culturais locais e promover o entendimento intercultural.

- Minimização dos impactos negativos e maximização dos positivos: É crucial desenvolver estratégias para minimizar os impactos negativos do turismo, como a superlotação e a degradação ambiental, e maximizar os benefícios, como o crescimento econômico e a conservação do patrimônio cultural.
- Coleta de dados qualitativos e quantitativos: A coleta de dados é fundamental para compreender as tendências do turismo, avaliar o impacto das políticas de turismo e tomar decisões informadas sobre o desenvolvimento do turismo.
- Produção de conhecimentos críticos: A pesquisa acadêmica pode ajudar a fornecer um entendimento mais profundo sobre os complexos desafios e oportunidades associados ao turismo.
- Implantação de políticas públicas de turismo: As políticas públicas podem desempenhar um papel importante na regulação da indústria do turismo, na promoção do turismo sustentável e na garantia de que os benefícios do turismo sejam compartilhados de maneira justa.
- Estudos interdisciplinares: Dada a natureza multifacetada do turismo, é importante adotar uma abordagem interdisciplinar que considere os aspectos econômicos, políticos, culturais, sociais e ambientais do turismo.
- Análise e previsão de tendências de desenvolvimento do turismo: Compreender as tendências emergentes no turismo pode ajudar os destinos a se prepararem para o futuro, adaptando-se às mudanças nas preferências dos viajantes e aproveitando novas oportunidades. Todos esses aspectos devem ser considerados ao planejar e gerenciar o desenvolvimento do turismo.

O conceito de turismo se contextualiza a partir do desenvolvimento social, cultural e a subjetividade da experiência turística; essas relações sempre valorizam os aspectos positivos do fenômeno. No entanto, é importante se atentar as ações e planejamento das atividades para que sejam capazes de desenvolver o turismo de maneira sustentável.

Isto porque o turismo é uma atividade social que gera impactos positivos, mas também os negativos, que podem ser minimizados por meio do planejamento que esteja em harmonia com as necessidades locais (Panosso Netto, 2010, p. 17).

Para Magalhães (2002), a participação da comunidade local é fundamental para o desenvolvimento sustentável do turismo. É importante que os moradores compreendam tanto os benefícios quanto os impactos do turismo em suas comunidades. Para alcançar isso, a educação e a conscientização são essenciais. Os moradores precisam ser educados sobre o que o turismo realmente implica, incluindo os possíveis impactos negativos, como o aumento do custo de vida e a pressão sobre os recursos locais.

Além disso, eles precisam ser informados sobre como podem contribuir para um turismo mais sustentável. Isso pode incluir coisas como adotar práticas ecológicas em suas próprias vidas ou apoiar empresas de turismo comprometidas com a sustentabilidade. É crucial que os moradores estejam incluídos no processo da tomada de decisão sobre o turismo em suas comunidades. Tais práticas podem ser alcançadas através de reuniões comunitárias, pesquisas e outras formas de engajamento cívico. Assim podemos garantir que o turismo beneficie não apenas os visitantes, mas também as pessoas que chamam esses destinos de lar (MAGALHÃES, 2002, p. 90).

A Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001, p. 38) define o Turismo como “atividades realizadas por indivíduos durante as suas viagens e estadias em lugares distintos da sua residência habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com fins de lazer, negócios ou outros motivos” e identifica três formas básicas de turismo:

- Turismo Interno: praticado por residentes de um determinado país que viajam unicamente no interior desse país (aplicando-se também a uma região) (SILVA, 2013, p. 158);
- Turismo Receptor: praticado num determinado país por visitantes residentes no estrangeiro (aplicando-se também a uma região) (MATOS, 2012, p. 5);
- Turismo Emissor: praticado por residentes de um determinado país em outros países (aplicando-se igualmente a uma região) (SILVA, 2013, p. 164).

Segundo Martoni (2006), o turismo é uma atividade essencialmente capitalista e está diretamente ligado a diversos setores da economia pertencentes ao setor de serviço, ampliando o mercado do trabalho (direto e indireto com a atividade⁸) e gerando distribuição de renda. Além disso, o turismo é definido a partir da perspectiva de demanda, ou seja, resultante do consumo dos visitantes. Portanto, não se pode afirmar a existência de um processo de produção comum que possibilite determinar o turismo como atividade econômica singular, pois ele é caracterizado por uma função de produção própria.

O capital (dinheiro) que resulta da atividade turística se manifesta sob diversas formas: capital financeiro, propriedades, mercadorias, informações entre outros; multiplicando-se pela economia de diversas maneiras: aumento da urbanização; aumento dos investimentos e geração de emprego no setor da construção civil; aumento da demanda por produtos locais; geração de emprego no setor de serviços turísticos; incremento do comércio ligados à atividade turística;

⁸ Diretos: hotéis, agências de viagens, companhias aéreas e indústria do lazer etc. Indiretos: construção de novos empreendimentos, gastos públicos com segurança, saneamento, transporte, setor de alimentação, serviços de limpeza, indústria (alimentos, moveleira, higiene).

incremento a entrada de divisas no país receptor; e permite aumentar a arrecadação de impostos e taxas (TAVEIRA, 2016, p. 18).

O turismo é uma excelente forma de arrecadar recursos fiscais para o setor público, possibilitando, assim, que o poder público (municipal, estadual, federal) atenda às necessidades de outros setores da economia com pouca ou nenhuma arrecadação fiscal. A contribuição fiscal do turismo ao Estado pode vir de diferentes maneiras, como, por exemplo, consumo dos bens e serviços nacionais e internacionais; processo de produção dos bens destinados ao consumo do turismo.

Por outro lado, a economia do turismo se depara constantemente com um sério problema que é o da valorização da produção turística. A análise econômica do turismo possui grande complexidade por não poder recorrer ao cálculo de um ou vários ramos produtivos inseridos no sistema de contabilidade nacional. Em outras palavras, não existe um setor da economia cuja produção se dirija por completo à demanda turística, e da mesma forma se considera que a atividade turística (direta e indiretamente) afeta em maior ou menor grau diversos setores da economia.

A cadeia produtiva do turismo é extremamente diversificada e abrange uma ampla gama de setores. Isto inclui, embora não se limite a alojamentos, alimentação, transporte, agências de viagens, operadoras de turismo, atividades de lazer e entretenimento, entre outros.

Tal diversidade pode tornar difícil medir o impacto total do turismo em uma determinada área. Além disso, a demanda dos turistas pode exceder a oferta de serviços diretamente relacionados ao turismo, levando a um aumento na demanda por outros serviços indiretamente relacionados. Por exemplo, um turista pode gastar dinheiro não apenas em hotéis e restaurantes, mas também em lojas locais, museus, parques e outras atrações. Esses gastos podem ter um impacto significativo na economia local e levar ao crescimento setores que não são tradicionalmente considerados parte da indústria do turismo.

Os planejadores e gestores do turismo devem considerar toda a cadeia produtiva ao tomarem decisões sobre o desenvolvimento e gestão. Isso ajudará a garantir que o turismo seja sustentável e benéfico para todas as partes envolvidas.

O Brasil (2010) afirma que em decorrência da complexidade do setor, a segmentação é uma estratégia que divide o mercado ao atender tanto as diferentes demandas dos turistas quanto às necessidades dos ofertantes de turismo. O conhecimento da segmentação de mercado traz muitos benefícios, entre eles, o aumento da competição de mercado e maior conhecimento sobre as necessidades dos turistas. Isto porque a segmentação possibilita reconhecer as características e as escolhas dos turistas, assim como seus principais destinos geográficos, tipos de transportes

utilizados, sua composição demográfica (faixa etária e ciclo de vida), nível econômico ou de renda (para análise da elasticidade-preço da oferta e da demanda), além de sua situação social, como a escolaridade, ocupação, estado civil e estilo de vida. O motivo da viagem é o principal motivo para segmentar o mercado.

Assim, os produtos dos ofertantes (receptores) dirigidos potencialmente a um grupo, possibilitam a maximização de lucros e a satisfação do cliente devido da utilização de promoção ou propaganda específica, e políticas de preços àquele segmento. O estudo de mercado segmentado leva a uma análise mais completa e segura dos elementos a serem atingidos pelo marketing e a planos de desenvolvimento que produzem, conseqüentemente, maior satisfação do cliente (BRASIL, 2010).

Os preços justos e a qualidade dos serviços e produtos fazem com que haja uma adequação para os novos tempos na área do turismo. O marketing será o eixo central dessa adequação, o que garantirá a satisfação desejada (BRASIL, 2010).

A segmentação pode ser analisada a partir de uma classificação na qual se observa as diferentes modalidades. Mascarenhas (2010, p.135) apresenta a classificação mais usada na teoria sobre turismo. Essas segmentações são fundamentais para entender as diferentes necessidades e desejos dos turistas e para oferecer produtos e serviços que atendam a essas necessidades. Aqui está um breve resumo:

1. Segmentação demográfica: Classifica os grupos com base em variáveis como idade, sexo, ciclo de vida, raça, religião etc.
2. Segmentação econômica: Baseia-se no poder aquisitivo do consumidor ou turista, ou seja, o quanto ele possui para gastar com produtos turísticos.
3. Segmentação geográfica: Refere-se aos aspectos relacionados a algumas variáveis da geografia, seja do país, região, cidade ou local.
4. Segmentação psicográfica: Visa identificar e compreender as razões pelas quais as viagens são realizadas, variando de acordo com a menor ou a maior procura de motivos.
5. Segmentação social: Está vinculada à segmentação econômica de mercado; contudo, é mais complexa, uma vez que não é só a questão do poder de compra que está envolvida.

Cada uma dessas segmentações desempenha um papel importante na atividade turística e ajuda a criar uma experiência mais personalizada e satisfatória para os turistas.

A pesquisa se preocupa com a segmentação do turismo cultural partindo do princípio de que todas as atividades turísticas envolvem de alguma forma esse elemento cultural, por exemplo, a ida a um restaurante, espetáculo teatral ou o consumo de um artesanato

estão contidos dentro dessa segmentação do turismo.

Segundo RICHARDS (2009), a Organização Mundial do Turismo salienta que a definição de cultura é tão complexa quanto a definição de turismo; e hoje, as concepções de cultura estão cada vez mais amplas. Por isso, a agência mundial de fomento ao turismo (OMT) propôs uma definição mais estreita, considerando o turismo cultural como aquele em que o turista se desloca motivado pela cultura, por conhecer ou acessar bens culturais.

De acordo com Santos (2001, p. 5):

O turismo cultural assenta-se justamente na busca de conhecimento de tudo aquilo que convencionamos chamar de patrimônio histórico, artístico e cultural. O patrimônio deixado por antigas civilizações continua a despertar interesse de turistas que se deslocam para todas as partes do mundo, com o objetivo de conhecê-lo, mesmo que esteja em ruínas.

De outro modo, é o interesse por conhecer as ruínas de Machu Picchu, transitar pelas ruas de Paraty ou visitar as pirâmides do Egito, sendo o segmento motiva ao deslocamento pelos patrimônios que representam a acumulação de conhecimento da humanidade ao longo do tempo-espaço, que se cristaliza pelo trabalho humano no espaço geográfico.

Segundo Barretto (2007, p. 87), o turismo cultural não tem a natureza como o seu principal atrativo, mas sim os aspectos relacionados a história, o cotidiano, o artesanato ou qualquer dos aspectos abrangidos pelo conceito de cultura.

A Carta de Turismo Cultural publicada em 1976, fruto das discussões ocorridas no Seminário Internacional de Turismo Contemporâneo e Humanismo promovido pelo ICOMOS⁹ e realizado em Bruxelas, Bélgica, entre 8 e 9 de novembro daquele ano. Nela, o turismo cultural foi definido como:

O turismo cultural traz benefícios socioculturais e econômicos para as comunidades locais. Do ponto de vista sociocultural, ele ajuda a preservar e promover a cultura local e a história para as gerações futuras. Do ponto de vista econômico, ele pode gerar empregos, aumentar a renda e impulsionar o desenvolvimento local.

Uma forma de turismo que visa o conhecimento de monumentos e sítios histórico-artísticos. Ele tem um impacto positivo na preservação e proteção desses locais, pois a demanda dos turistas por essas experiências justifica os esforços necessários para manter e proteger esses locais.

⁹ O ICOMOS (Conselho Internacional de Monumentos e Sítios) com sede em Paris, foi criado em 1965, como ONG, é fruto das recomendações oriundas da Carta de Veneza que foi resultante do II Congresso de Arquitectos e Técnicos de Monumentos Históricos, realizado em 1964. (PEREIRA, 2012)

Para isso ocorrer, é importante que o turismo cultural seja gerenciado de forma sustentável. Isso significa garantir que ele não leve à superlotação, à degradação do patrimônio ou à perda da cultura local. Em vez disso, ele deve ser usado como uma ferramenta para proteger e celebrar o patrimônio cultural, ao mesmo tempo em que traz benefícios para as comunidades locais (ICOMOS, 1976, p. 2).

O turismo cultural envolve o uso direto dos patrimônios culturais materiais e imateriais de um destino. Isso pode incluir visitas a monumentos históricos, museus, sítios arqueológicos e locais de importância cultural. Também pode envolver a participação em festivais culturais, performances artísticas e outras expressões da cultura local (CAMPOS, 2005, p. 12).

Deve-se lembrar que o turismo cultural deve ser gerenciado de forma responsável para garantir que o patrimônio cultural seja preservado para as gerações futuras. Isso inclui respeitar as tradições e costumes locais, minimizar o impacto no meio ambiente e contribuir para a economia local de maneira sustentável.

A mudança na Constituição Federal de 1988 para incluir o conceito de referência cultural e a definição de bens imateriais foi um passo importante para reconhecer a diversidade e a riqueza do patrimônio cultural brasileiro (BRASIL, 2009, p. 303).

A Constituição estabelece que o patrimônio cultural brasileiro é constituído por bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, são marcos de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem: I - as formas de expressão; II - os modos de criar, fazer e viver; III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas; IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico (BRASIL, 1988).

O Iphan desempenha um papel crucial na preservação do patrimônio cultural brasileiro, trabalhando em parceria com governos estaduais para construir o Sistema Nacional do Patrimônio Cultural. Esse sistema aborda a coordenação, regulação e promoção do patrimônio cultural com o objetivo de fortalecer as instituições, estruturar um sistema de informação de âmbito nacional e fortalecer ações coordenadas em projetos específicos.

O Iphan é responsável pela abertura, guarda e acesso aos processos de tombamento, de entorno e de saída de obras de artes do país. Isso é fundamental para garantir que o patrimônio cultural brasileiro seja preservado para as gerações futuras. A gestão do patrimônio é efetivada de acordo com as características de cada grupo:

- Patrimônio Arqueológico

Parte vital do patrimônio cultural material e inclui vestígios e lugares relacionados a grupos humanos pretéritos responsáveis pela formação identitária da sociedade brasileira. Isso pode incluir sítios arqueológicos, peças avulsas, coleções e acervos.

A arqueologia, que estuda esses vestígios, é uma disciplina complexa que vai muito além da “caça ao tesouro”. Ela envolve a análise cuidadosa de fragmentos e informações associadas para entender como nossos antepassados viviam e interagem com o mundo ao seu redor (BRASIL, 2009, p. 187).

- Patrimônio Mundial

Coleção de bens culturais e naturais de importância excepcional para a humanidade. Ele é o resultado de um processo em que os países signatários da Convenção indicam bens para serem avaliados. Essas indicações formam a Lista Indicativa, que é um inventário usado como instrumento de planejamento para a preparação das candidaturas. As informações sobre cada candidatura são avaliadas por organismos técnicos consultivos, de acordo com a natureza do bem em questão (BRASIL, 2009, p. 81).

A aprovação final é feita anualmente pelo Comitê do Patrimônio Mundial que é composto por representantes de 21 países. Este processo garante que apenas os bens de maior importância e valor sejam incluídos na Lista do Patrimônio Mundial.

- Patrimônio material

O patrimônio material é composto por bens culturais móveis e imóveis.

Os bens móveis incluem itens que podem ser transportados, como livros, obras de arte, coleções arqueológicas, acervos museológicos, documentais, bibliográficos, arquivísticos, videográficos, fotográficos e cinematográficos (BRASIL, 2009, p. 279).

Os bens imóveis, por outro lado, são os bens estáticos e não podem ser movidos. Isso inclui prédios, cidades, ruas, núcleos urbanos e sítios arqueológicos e paisagísticos.

Cada um desses tipos de patrimônio tem seu próprio instrumento de proteção para garantir sua preservação. É interessante lembrar que esses bens sejam protegidos para garantir que a herança cultural seja preservada para as gerações futuras (BRASIL, 2009, p. 20).

O tombamento é um ato administrativo realizado pelo Poder Público com o objetivo de preservar bens de valor histórico, cultural, arquitetônico, ambiental e de valor afetivo para a população. Ele pode ser aplicado a bens pertencentes à União, aos estados, Distrito Federal e municípios, bem como às pessoas físicas e jurídicas de direito privado.

O tombamento pode ser solicitado por qualquer cidadão ou instituição pública cujo pedido é submetido a uma avaliação técnica preliminar e à deliberação do órgão responsável

pela preservação. Em caso de aprovação, é emitida uma notificação ao proprietário para evitar a destruição do bem até que seja inscrito em um dos Livros do Tombo (BRASIL, 2006, p. 392).

Os Livros do Tombo são classificados da seguinte maneira:

1. Livro do Tombo Arqueológico, Etnográfico e Paisagístico: Inclui bens pertencentes às categorias de arte arqueológica, etnográfica, ameríndia e popular, monumentos naturais, sítios e paisagens.
2. Livro do Tombo Histórico: Inclui bens de interesse histórico e obras de arte histórica.
3. Livro do Tombo das Belas-Artes: Inclui obras de arte erudita nacional ou estrangeira.
4. Livro do Tombo das Artes Aplicadas: Inclui obras incluídas na categoria das artes aplicadas, nacionais ou estrangeiras (BRASIL, 2006, p. 193).

- Patrimônio Imaterial

É uma parte vital do nosso patrimônio cultural imaterial inclui práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas, juntamente com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares associados a eles. Isso pode incluir uma variedade de coisas, desde ofícios e rituais até danças e pinturas corporais (BRASIL, 2009, p. 303).

O que torna o Patrimônio Cultural Imaterial único é seu caráter intangível e dinâmico. Está constantemente mudando com o tempo, refletindo os modos de vida, saberes e fazeres das pessoas. Por essa razão, é importante reconhecer essa dinamicidade e valorizar e promover essas expressões culturais (BRASIL, 2009, p. 305).

O Registro dos Bens Culturais de Natureza Imaterial é um instrumento legal crucial para a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial. Instituído em 2000 através do Decreto nº 3.551/00, ele permite o registro de uma variedade de bens culturais imateriais em um dos seguintes livros:

1. Livro de Registro dos Saberes: Inclui conhecimentos e modos de fazer enraizados no cotidiano das comunidades. Alguns exemplos incluem o Ofício das Paneleiras de Goiabeiras no Espírito Santo, o Modo de Fazer Viola-de-Cocho na Região Centro-Oeste e o Ofício das Baianas de Acarajé na Bahia.
2. Livro de Registro das Celebrações: Inclui rituais e festas que marcam a vivência coletiva do trabalho, da religiosidade, do entretenimento e de outras práticas da vida social. Um exemplo é o Círio de Nossa Senhora de Nazaré em Belém, PA.
3. Livro de Registro das Formas de Expressão: Inclui manifestações literárias, musicais, plásticas, cênicas e lúdicas. Alguns exemplos incluem a Arte Kuwisa,

técnica de pintura e arte gráfica da população indígena Wajãpi no Amapá, o Samba de Roda do Recôncavo Baiano na Bahia e o Jongo na Região Sudeste.

4. Livro de Registro dos Lugares: Inclui mercados, feiras, santuários, praças e demais espaços onde se concentram e se reproduzem práticas culturais coletivas. Até agora, não existem bens registrados nesta categoria (BRASIL, 2009, p. 296).

Os registros dos bens imateriais são reavaliados e reexaminados a cada dez anos para que o IPHAN decida sobre a revalidação do título “Patrimônio Cultural do Brasil”. Caso seja negada, o bem ficará apenas registrado como referência cultural de seu tempo (BRASIL, 2009, p. 297).

O patrimônio cultural é uma parte fundamental da identidade de um grupo ou comunidade, atuando como um elo entre o passado, o presente e o futuro. Ele abrange uma ampla gama de elementos, desde monumentos e edifícios históricos até tradições orais, performances artísticas e habilidades transmitidas de geração em geração.

O patrimônio cultural não é apenas uma recordação do passado, mas também um recurso valioso que pode promover o entendimento mútuo, a coesão social e a paz. Ele nos ajuda a entender quem somos e de onde viemos, fornecendo um senso de pertencimento e continuidade. Preservar e valorizar nosso patrimônio cultural é crucial para mantermos nossa diversidade cultural à medida que avançamos para o futuro (IPHAN, 2016, p. 7).

Patrimônio cultural - herança deixada pelas gerações anteriores e que devem ser preservadas para que possa ser passada às futuras gerações (SAPIEZINKAS; CANANI, 2005). É um consenso que o patrimônio cultural pode ser um grande aliado à atividade turística, tendo em vista o interesse que muitos viajantes têm em conhecer o legado histórico e cultural dos destinos turísticos. Nesse sentido, o Turismo pode ser uma atividade capaz de contribuir para a preservação do patrimônio histórico-cultural de um lugar. Para isso, deve ser estabelecida uma forte ligação entre a sociedade e o bem cultural.

No contexto de uma cidade histórica como Vassouras, certamente, a interpretação do patrimônio histórico, cultural e paisagístico é pressuposto para concepção da legislação urbanística, com vistas à adoção de mecanismos que contribuam para sua salvaguarda e valorização. Nesse sentido é importante observar que, apesar do protagonismo assumido pelo conjunto histórico tombado pelo patrimônio histórico nacional, o patrimônio de Vassouras não se limita necessariamente a ele. Outros bens de interesse local para preservação podem ser identificados e merecer individualmente, em conjunto ou por sua inserção na paisagem. É preciso ressaltar que apesar do conjunto tombado estar sob tutela de um órgão federal, o

IPHAN, a preservação desse patrimônio é responsabilidade de todos. Por isso o município pode e deve adotar medidas a seu alcance para essa finalidade, o que, no âmbito do Plano Diretor e da legislação urbanística, significa moldar o zoneamento urbano e os parâmetros urbanísticos e construtivos na perspectiva de preservação do patrimônio histórico, cultural e paisagístico.

Além da inserção do conjunto tombado no sítio de Vassouras, pode-se dizer que a paisagem (natural e cultural) é um valor a ser preservado, especialmente os morros que envolvem a cidade. Assim, em consequência serão asseguradas as condições de promoção da resiliência também de seu patrimônio histórico-cultural também pela afirmação e visibilidade da paisagem cultural que, ao enquadrá-lo, não só conservará os atributos singulares que o compõem, mas o valorizará, na associação com a qualificação paisagística e com dispositivos que garantam e estimulem a preservação de seu território (MIRANDA, 2017).

Vassouras é reconhecida e associada à produção e cultura cafeeira que marcou a segunda metade do século XIX. Foi pela lei estadual 818, de 1984 que a cidade foi reconhecida como “Estância Turística¹⁰”. Não à toa, o setor do turismo é incentivado pelas principais políticas vigentes no município por meio da Lei Orgânica municipal de 1990 (revisada em 2004) e do Plano Diretor Participativo (2007). Estes instrumentos estabelecem ações, eixos estratégicos e diretrizes para desenvolvimento e consolidação da atividade no município. Diante de seus patrimônios representativos de história e cultura que ajudam a compor a memória social brasileira, Vassouras se dedica a se consolidar como cidade turística de segmento histórico-cultural, principalmente associando turismo e café (GOMES, 2016).

1.3 - CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO: VASSOURAS NA REGIÃO TURÍSTICA NO VALE DO CAFÉ

Vassouras está localizada no Centro-Sul do Estado do Rio de Janeiro, a 120 km da capital. Possui uma área territorial de 536.073 Km², e hoje possui aproximadamente 34 mil habitantes (dados de 2022), ou seja, com uma densidade demográfica de 63,38hab/km² (IBGE¹¹, 2023). A cidade de Vassouras tem uma rica herança cultural que remonta aos tempos áureos do café no Vale do Paraíba fluminense. O nome da cidade está associado a um arbusto conhecido como “tupeçaba” ou “guaxima”, popularmente chamado de vassourinha, que era abundante na região.

No Vale do café, Vassouras se destaca historicamente como berço da diversidade cultural e se consolida como um importante local de visitação. A cidade é conhecida por seu

¹⁰ Estância turística são municípios que apresentem características turísticas e determinados requisitos como: condições de lazer, recreação, recursos naturais e culturais.

¹¹ <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rj/vassouras.html> Acesso em: 18/10/2023.

rico patrimônio histórico e paisagístico. O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional desempenhou um papel valioso na proteção desse patrimônio garantindo que o belo conjunto histórico urbanístico e paisagístico da cidade seja preservado para as gerações futuras. Isso contribuiu para tornar Vassouras um destino turístico popular e um importante centro de cultura e história no estado do Rio de Janeiro.

A cidade é um testemunho vivo do período de opulência do café no século XIX, com suas belas fazendas e casarões preservados. A Casa da Hera, em particular, é um marco histórico importante. Foi transformada em museu e é mantida pelo Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM). A casa é um exemplo típico de uma residência senhorial do século XIX e é famosa por suas paredes verdes cobertas por hera.

A Praça Barão de Campo Belo, com seus belos casarões históricos, é realmente um lugar imperdível para visitar. A Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição, localizada no alto da praça, é um espetáculo à parte. Sua construção foi iniciada em 1828 e concluída em 1829, a capela foi posteriormente ampliada em 1838 pelo governo da Província. Em 1967, a matriz passou por algumas modificações para atender às diretrizes do Concílio Vaticano II, mas a Irmandade Nossa Senhora da Conceição da Freguesia de Vassouras garantiu que a igreja mantivesse seu caráter histórico.

A igreja se destaca não apenas por sua localização proeminente no alto da colina na Praça Barão de Campo Belo, mas também por suas características arquitetônicas únicas. O gradil de ferro que a cerca é um exemplo notável do estilo neoclássico.

No interior da igreja, um painel contorna a imagem de Nossa Senhora da Conceição (figura 7). A igreja possui uma nave central única e uma “capela-mor” ladeada por corredores que dão acesso a quatro altares laterais, ao coro e ao batistério.

A estrutura da igreja é feita de pedra e cal, e sua pintura em pó de ouro foi preservada apesar das obras de restauração. Isso é um testemunho do compromisso da comunidade em preservar o patrimônio histórico e cultural da cidade.

Figura 7: Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição



Fonte: Acervo pessoal (2022).

Localizado na Praça Barão de Campo Belo, o Centro Cultural Cazuzza (figura 8) é um marco histórico e cultural de Vassouras. O edifício construído em 1845 no estilo neoclássico foi residência do genro do Barão de Itambé, Francisco José Teixeira de Souza e posteriormente transformado em sede de clubes e colégios. Adquirido pela Prefeitura Municipal e transformado em uma casa de cultura, conhecida como Centro Cultural Presidente Tancredo Neves. O centro abriga várias manifestações culturais, incluindo a Biblioteca Maurício de Lacerda e o Arquivo Público Municipal.

A mãe do Cazuzza, Lucinha Araújo, nasceu ali, e foi em frente ao edifício que ela conheceu seu marido, o empresário João Araújo. Para homenagear essa conexão familiar, um busto de Maria Rangel de Araújo, avó de Cazuzza e fundadora do Colégio de Vassouras foi instalado no centro cultural.

Figura 8: Centro Cultural Cazuzza



Fonte: Acervo pessoal (2020).

As fazendas históricas de Vassouras formam um conjunto de atrativos para a cidade. Algumas delas, como:

- Fazenda Cachoeira Grande
- Fazenda do Secretário
- Fazenda Cachoeira do Mato Dentro
- Fazenda Mulungu Vermelho
- Fazenda São Luiz da Boa Sorte
- Fazenda São Roque
- Fazenda São Fernando

Essas fazendas estão abertas para visitação com agendamento prévio.

O município faz parte da região turística do Vale do Café, que congrega quinze municípios da região do Vale do Paraíba do Sul Fluminense, a saber: Vassouras, Valença, Rio das Flores, Piraí, Engenheiro Paulo de Frontin, Paty do Alferes, Paracambi, Miguel Pereira, Mendes, Barra do Piraí, Pinheiral, Barra Mansa, Rio Claro, Paraíba do Sul e Volta Redonda

que, na década de 1860 produziam 75% do café consumido no mundo, garantindo ao Brasil a condição de líder na produção e exportação de café no período imperial (SALLES, 2008) - (figura 10).

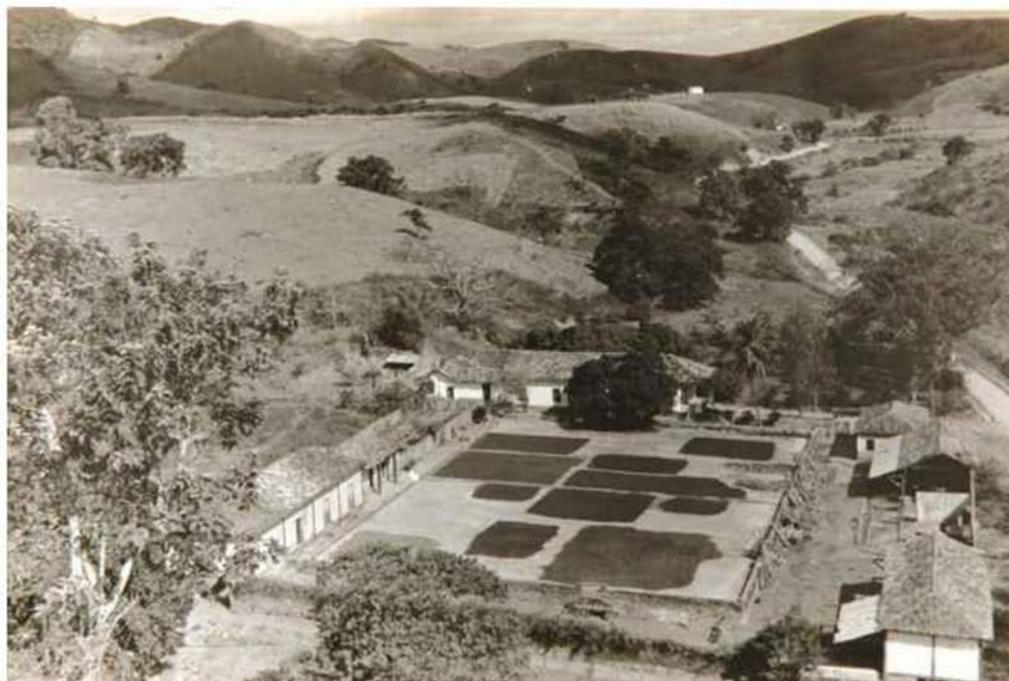
O café é originário do continente africano e foi introduzido no Brasil em 1727 chegando pela Guiana Francesa. Inicialmente, o cultivo era para atender o consumo interno no país. No final do século XVIII, o aumento do consumo mundial e do preço do produto em outros países fizeram com que a produção do café brasileiro começasse a crescer para atender o mercado externo (LIMA, 2008, p. 2).

Por volta de 1830, o café passou a ser cultivado no Vale do Paraíba, marcando, assim, a primeira fase de produção em grande escala. A região do Vale está localizada entre os estados do Rio de Janeiro e São Paulo e reunia as condições naturais favoráveis à produção da iguaria. A proximidade com o porto do Rio de Janeiro garantia o escoamento do produto para a Europa e Estados Unidos, trazendo um grande desenvolvimento para a região (LIMA, 2008, p. 2).

O Vale do Café compreende a um conjunto arquitetônico do período colonial marcado pelas fazendas, igrejas, casarios, monumentos, baseados em uma cultura escravista que sustentou a produção econômica agrícola, possibilitando a constituição de um rico patrimônio regional.

O conjunto de edificações em uma fazenda de café típica incluindo a casa sede, a senzala, o engenho de café e a tulha, geralmente formavam um “quadrado funcional” (figura 9). Esse termo se refere à disposição dessas estruturas no terreno, com o terreiro de café no centro servindo como ponto de referência (LIMA, 2008, p. 25).

Figura 9: São Roque



Fonte: LIMA JUNIOR (2007).

A arquitetura das casas sede refletia as normas sociais da época, com uma clara separação de espaços para diferentes funções e interações sociais.

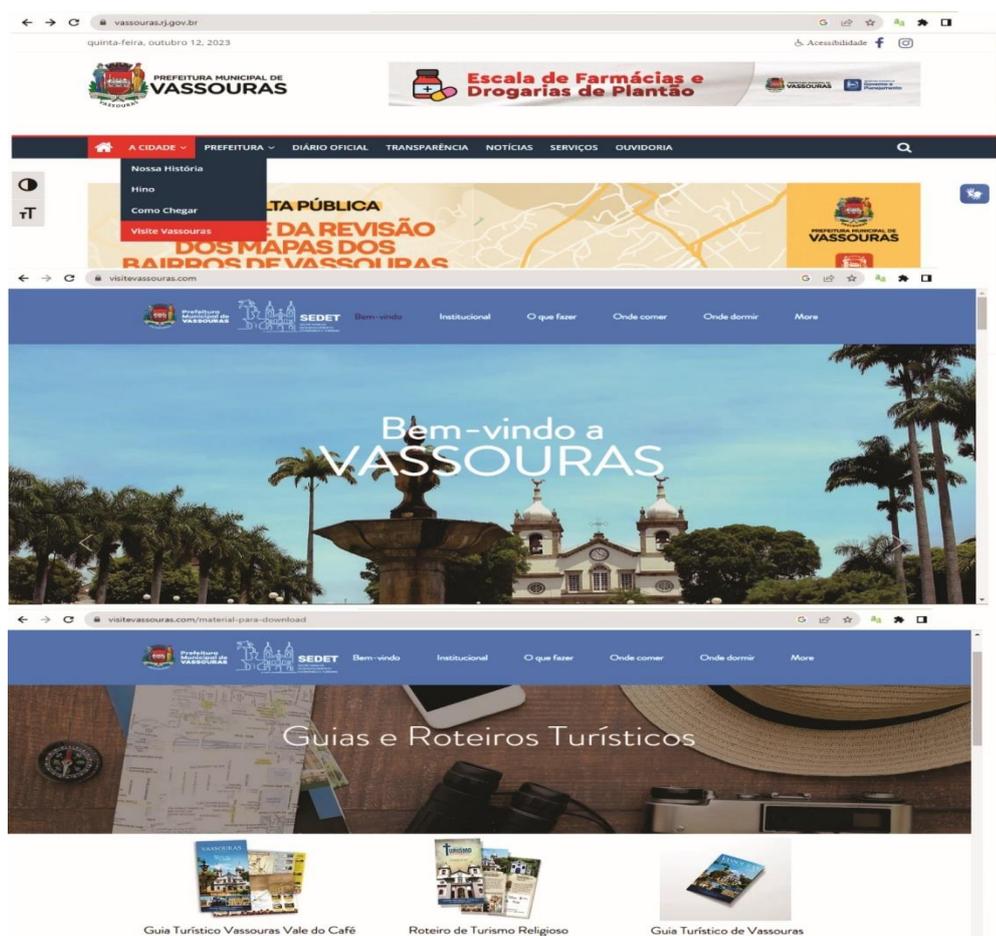
Um bloco era dedicado à convivência social da família, com uma ênfase particular na proteção da intimidade das mulheres da casa. Este bloco incluía quartos, salas de refeição e dependências de serviço, como a cozinha.

O outro bloco era reservado para a recepção de hóspedes e visitantes que vinham tratar de negócios. Este bloco tinha suas próprias salas e alcovas, separadas da área familiar por portas que eram mantidas fechadas. Essa organização do espaço reflete as normas sociais da época e oferece uma visão fascinante da vida social e familiar durante esse período histórico (LIMA JUNIOR, 2008 p. 27).

A senzala, onde os escravos eram alojados, era uma construção simples sem janelas, com cobertura em telha-vã e geralmente possuía uma varanda na frente para proteger os escravos da chuva. O interior era subdividido em cubículos ou celas, chamados lances cujo número e dimensões variavam de acordo com o número de escravos (LIMA JUNIOR, 2008, p. 25).

Um ótimo canal para buscar informações sobre o turismo no município é o site oficial da Prefeitura de Vassouras: www.visitevassouras.com (figura 11) O site trabalha a imagem da marca (do destino), além de auxiliar o turista no planejamento da viagem (com sugestões de roteiros, informações e custos sobre passeios etc. (com telefones para contato). Outras fontes utilizadas foram: Planos Integrados de Vassouras (2023), Instituto Água e Saneamento (2023), Light (2023), Anatel (2023), além de levantamentos através do trabalho de campo.

Figura 11: Site Visite Vassouras



Fonte: Prefeitura Municipal de Vassouras (2023)

1.3.1 - Aspectos físico-naturais

A cidade de Vassouras, no estado do Rio de Janeiro tem uma história que está vinculada à Estrada Real e ao ciclo do ouro no Brasil. No século XVIII, a cidade era um grande descampado que pertencia à Freguesia de Sacra Família do Caminho Novo do Tinguá. Foi inicialmente uma grande sesmaria denominada Vassouras e Rio Bonito concedida a Francisco Rodrigues Alves e Luiz Homem de Azevedo em 6 de outubro de 1782 (SAYÃO, 2011, p. 16).

A Estrada Real foi construída entre os séculos XVII e XIX baseada nas trilhas dos índios

Guaianazes. Ela era um caminho obrigatório nos séculos XVII e XVIII que ligava Minas Gerais ao Rio de Janeiro e São Paulo. Inicialmente, a rota ligava a antiga Vila Rica, atual cidade de Ouro Preto, a Parati. Posteriormente, foi construída uma rota alternativa ligando Vila Rica à cidade do Rio de Janeiro, concluída em 1725.

A estrada para Parati passou a ser conhecida como Caminho Velho, enquanto a variante que ia dar no Rio de Janeiro foi alcunhada de Caminho Novo. Vassouras surgiu como uma povoação ao longo do Caminho Novo e foi elevada à categoria de vila em 1833. A abertura do Caminho Novo foi fundamental para o desenvolvimento da região e do surgimento do município de Vassouras.

O município tem uma área que corresponde a 17,5% da área da Região Centro-Sul Fluminense. Vassouras faz fronteira com vários municípios, incluindo Valença, Rio das Flores, Paraíba do Sul, Paty do Alferes, Miguel Pereira, Engenheiro Paulo de Frontin, Mendes e Barra do Piraí (VASSOURAS, 2021, p.26).

A principal via de acesso a Vassouras é a BR-393, que leva a Barra do Piraí a sudeste e Paraíba do Sul a nordeste. Outras rodovias importantes incluem a RJ-127 para Mendes, a RJ-121 para Miguel Pereira via Sacra Família do Tinguá em Engenheiro Paulo de Frontin, a RJ-115 para Barão de Juparanã em Valença e Miguel Pereira, e a RJ-123 para Avelar em Paty do Alferes (VASSOURAS, 2021, p. 26).

Vassouras é geograficamente rica e diversificada com uma variedade de paisagens e ecossistemas. A transição entre a Serra da Mantiqueira e o Vale do Paraíba do Sul proporciona vistas deslumbrantes.

O município está localizado à margem direita do rio Paraíba do Sul, um rio de domínio federal que tem aproximadamente 1.150 km de extensão. A bacia hidrográfica do rio Paraíba do Sul tem uma área estimada de 62.074 km² e é formada por sete sub-bacias.

O município está praticamente todo inserido na sub-bacia do Médio Paraíba do Sul. A gestão dos recursos hídricos da bacia é feita pelo Comitê de Bacia da Região Hidrográfica do Médio Paraíba do Sul (VASSOURAS, 2021, p. 23).

A altitude variável de Vassouras fica entre 60 e 1000 metros, e seu relevo ondulado devem contribuir para a diversidade de habitats e espécies na área. A presença de Argissolos e Latossolos Vermelho-Amarelos indica que a região tem solos profundos, bem estruturados e bem drenados, embora sejam suscetíveis à erosão em áreas de relevo mais acidentado. (VASSOURAS, 2021, p. 26).

A perda significativa da cobertura florestal na região foi ocasionada pelo cultivo do café, ao mal uso do solo no século XIX. No entanto, é encorajador saber que as áreas abandonadas

estão sendo ocupadas por florestas secundárias em diferentes estágios. A preservação desses fragmentos florestais é crucial para a sobrevivência de muitas espécies da flora e fauna nativa. A região é bastante diversificada em termos de relevo e uso da terra. Segue um resumo das três paisagens principais:

A) A primeira paisagem, localizada no sudoeste do município, tem o relevo mais acidentado e elevado. É dominada por cobertura florestal nativa (50%) e pastagens (45%), com os 5% restantes dedicados a outros usos. Esta é a única paisagem onde a cobertura florestal nativa é predominante em relação às pastagens.

B) A segunda paisagem, localizada na região central do município, tem o relevo ondulado. A maior parte do solo (78,8%) é coberta por pastagens, com vegetação nativa cobrindo 19,6% da área.

C) A terceira paisagem, localizada na região nordeste de Vassouras, apresenta o relevo suave ondulado e os solos mais férteis do município. Esta área tem a maior porcentagem de pastagens (85%) (VASSOURAS, 2021, p.19).

É interessante notar que a região com maior cobertura florestal nativa é a mais próxima da sede municipal, a área mais urbanizada. Isso pode estar relacionado à priorização do uso da terra para o turismo rural em detrimento da atividade agropecuária convencional. Além disso, essa região está mais próxima de fragmentos maiores de florestas localizados ao sul e tem uma declividade mais acentuada, o que é menos favorável à expansão da atividade agropecuária.

O clima é, sem dúvida, um aspecto crucial no planejamento urbano e pode contribuir significativamente para a criação de espaços urbanos mais confortáveis e eficientes em termos energéticos.

Vassouras apresenta dois tipos principais de clima temperado. O dominante é o clima temperado úmido com inverno seco e verão quente, e o secundário é o clima temperado úmido com verão quente. Além disso, os climas secundários incluem o clima temperado úmido com verão temperado e o clima subtropical úmido com inverno seco e verão temperado (VASSOURAS, 2021, p.11).

1.3.2 - Infraestrutura básica

- Acessos e mobilidade municipal

O município é cortado por três rodovias: BR 393 (federal), RJ-115 e RJ-121 (estaduais); e possui três terminais rodoviários, ambos localizados no Centro: o Terminal Rodoviário de Vassouras, na Praça Juiz, que atende rotas estaduais e interestaduais do Rio de Janeiro; e a Rodoviária de Vassouras (figura 12), que após a reforma dispõe de lojas, restaurantes e 9

plataformas para a recepção dos veículos de empresas de ônibus. Já na Rodoviária Maurício de Lacerda, na rua Irmã Maria Agostinha recebe ônibus circulares e intermunicipais. O Terminal Rodoviário de Vassouras está localizado na Rua, Juiz Machado Júnior, S/N, Vassouras, Rio de Janeiro, 27700-000 (VASSOURAS, 2021, p. 28).

Figura 12: Rodoviária de Vassouras



Fonte: Acervo pessoal (2023).

No transporte público não existe uma política de integração entre ônibus, o que afeta significativamente a mobilidade da população, principalmente a dos distritos rurais.

- Saneamento básico

O abastecimento de água potável ocorre por meio de sistemas isolados e integrados, com mananciais superficiais e subterrâneos. Os corpos d'água superficiais responsáveis pelo abastecimento são o Rio Paraíba do Sul, um córrego afluente do Rio Alegre e um lago formado por um afluente do Ribeirão das Antas, todos pertencentes à bacia hidrográfica do Médio Paraíba do Sul. Enquanto os serviços de esgotamento sanitário são prestados de forma direta pela prefeitura municipal de Vassouras, conforme Lei Complementar nº 34, de 19 de dezembro de 2006. Atualmente, cerca de 57% da população tem acesso aos serviços de esgotamento sanitário. Em relação aos serviços públicos de resíduos sólidos compreendem a limpeza urbana e o manejo de resíduos sólidos, o município realiza coleta seletiva desde 2018, também

executada diretamente pela prefeitura no sistema porta-a-porta, recolhendo 7,5 toneladas de material reciclável em 2018 e 7,8 em 2019. O serviço atende a 2.032 pessoas e não há associações ou cooperativas de catadores vinculadas oficialmente ao serviço.

- Energia elétrica

O serviço de distribuição de energia elétrica é concedido ao Grupo Light, que atende os seguintes bairros/localidades: Aliança, Alto do Rio Bonito, Andrade Costa, Andrade Pinto, Barão de Vassouras, Barreiros, Campo Limpo, Cananeia, Carvalheira, Centenário, Centro, Cinco Lagos, Demétrio Ribeiro, Engenheiro Nóbrega, Fazenda Matacães, Greco, Ipiranga, Itakamosi, José de Barros, Madrugá, Mancusi, Massambará, Matadouro, Melo Affonso, Olaria, Parque Pinheiros, Parque Sucena, Pinheiros, Pirauí, Pocinho, Ponte do Rocha, Ponte Funda, Residência, Ribeirão, Santa Amália, Santa Cecília, Santa Terezinha, São Sebastião Ferreiros, Tambasco, Tinguá, Triunfo, Vargem do Manejo e Vicente Celestino.

- Internet e telefonia

O serviço de internet é oferecido pelas empresas Oi e SumiCity. Já o serviço de telefonia móvel é atendido pelas empresas Claro (68,8%), Vivo (15,4%), Tim (8%), Oi (7,8%). Dados da Anatel de março de 2021 indicam que há 33.600 acessos e uma densidade de 86,1 acessos a cada 100 habitantes. Ressalta-se ainda, que a densidade de acesso à banda larga fixa é de 45,5% dos domicílios, sendo a maior parte tecnologia de fibra (63,8%).

- Segurança pública

Há duas delegacias na sede do município e outra no distrito de Andrade Pinto. No bairro central também se localiza o Destacamento 5/22, a 5ª unidade ligada ao 22º Grupamento de Bombeiro Militar de Volta Redonda.

1.3.3 - Patrimônios e respectivos atrativos culturais

Vassouras é uma cidade detentora de um vasto legado histórico, detendo um acervo cultural material e imaterial para o país herdado dos tempos do café no Vale do Paraíba

fluminense¹²; primeiramente, criada como vila em 1833, e elevada a cidade em 1857, possuindo sua origem nas terras de sesmaria¹³ de Francisco Rodrigues Alves¹⁴ (figura 13).

Figura 13: Vista da cidade de Vassouras em 1859



Fonte: Novaes (2008, p.14)

Atualmente, a maior parte dos espaços culturais está localizada na área urbana do Distrito-sede, principalmente na área em torno da praça da Matriz (figura 14), tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).

Com sua rica história e arquitetura, é sem dúvida um dos marcos mais importantes de Vassouras. Iniciada em 1835 e concluída em 1857, a praça passou por várias denominações antes de finalmente receber o nome de Barão do Campo Belo em homenagem ao seu criador. As palmeiras imperiais plantadas, as calçadas construídas e o grande tapete verde ascendente em direção à Matriz Nossa Senhora da Conceição adicionam ainda mais charme ao local.

A Praça Barão do Campo Belo apresenta um belo conjunto arquitetônico composto em seu centro pelo emblemático Chafariz Monumental, a Matriz Nossa Senhora da Conceição ao

¹² A região é composta pelos seguintes municípios: Barra do Piraí, Barra Mansa, Eng. Paulo de Frontin, Mendes, Miguel Pereira, Paracambi, Paraíba do Sul, Paty do Alferes, Pinheiral, Piraí, Rio Claro, Rio das Flores, Valença, Vassouras e Volta Redonda.

¹³ Terreno sem culturas ou abandonado, que a antiga legislação portuguesa, com base em práticas medievais, determinava que fosse entregue a quem se comprometesse a cultivá-lo. Quem a recebia pagava uma pensão ao estado, em geral constituída pela sexta parte do rendimento através dele obtido. Quando o Brasil foi descoberto, para cá, transplantou-se o regime jurídico das sesmarias.

¹⁴ Proprietário rural brasileiro, pioneiro do povoamento e um dos fundadores do município fluminense de Vassouras.

alto de seu domínio e significativos casarões do século XIX ao seu redor. Ela é realmente uma paisagem urbana marcante para Vassouras. A praça e seu entorno são carregados de elementos simbólicos culturais que se revelam à medida que se observa o local. É um lugar que fala tanto do passado quanto do futuro de Vassouras através do turismo.

Figura 14: Praça Barão do Campo Belo



Fonte: Acervo pessoal (2023).

O conjunto paisagístico e urbanístico de Vassouras é reconhecido como patrimônio nacional em 1958, por meio do tombamento da área reconhecida como centro histórico. A atuação do IPHAN (1986) na proteção do sítio tombado tem como elemento guia a Portaria nº 12, de 18 de setembro de 1986, a Portaria sistematiza e organiza em seis artigos a área tombada e seu entorno em três conjuntos.

O primeiro é formado pela Praça Barão de Campo Belo, com o chafariz monumental e as ruas e praças marginais: Praça Eufrásia Teixeira Leite, trecho da Rua Barão de Vassouras, Rua Barão de Capivari e Rua Custódio Guimarães; Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição e ruas marginais: Rua Barão de Tinguá e Rua Guilherme Werneck; Praça Sebastião de Lacerda, com o chafariz de Pedro II; Rua Barão de Massambará; Praça Cristóvão Corrêa e Castro e Cemitério de Nossa Senhora da Conceição, compreendendo o tombamento não só as

construções públicas e particulares situadas nos referidos logradouros, mas também as peculiaridades destes, e, particularmente, sua arborização (MIRANDA, 2017).

A segunda área tombada é constituída por um polígono que, partindo da confluência das Ruas Pedro Antônio e Otávio Gomes, segue pela última até a confluência com a Rua Comendador Padilha, por esta até a divisa lateral direita do nº 215, sendo desse ponto por uma linha reta imaginária cortando a Rua Acadêmica Eliete N. Barbosa e Rua Domingos de Almeida, em seu atual limite final, alcança a Rua Santos Dumont na altura do nº 234, incluído; por esta Rua Santos Dumont até a confluência da Rua Mirena (MIRANDA, 2017).

Já a terceira área é composta pelos seguintes logradouros comerciais da área de entorno: Caetano Furquim, Domingos de Almeida, Expedicionário O. A. Ramos (trecho entre Dr. Fernandes e Athayde Parreiras), Praça Martinho Nóbrega, Irmã Maria Agostinha Teixeira Leite, Acadêmica E. N. Barbosa (trecho abrangido pela área de entorno), Otávio Gomes (trecho entre a Praça Martinho Nóbrega e a Rua Comandante Padilha) e Athayde Parreiras (MIRANDA, 2017).

Na área tombada, encontram-se de bens de interesse histórico e cultural, como a Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição; Casa de Câmara e Cadeia; Palacete do Barão do Ribeirão (Fórum, Residência da Misericórdia, Asilo Barão do Amparo); casas do Barão de Vassouras e do Barão de Itambé; além das praças Sebastião Lacerda, Barão de Campo Belo, Eufrásia Teixeira Leite, Cristóvão Corrêa e Castro. Segundo a Portaria, nesta área 1 (área tombada) não pode haver parcelamento de solo (MIRANDA, 2017).

O Palacete Barão do Ribeirão (figura 15), também conhecido como Paço Municipal, é um marco histórico importante em Vassouras. Localizado bem no centro da cidade, em frente à Praça Barão de Campo Belo, o palacete é um imponente representante dos áureos tempos do café.

O imóvel foi originalmente a residência de José de Avelar e Almeida, o Barão do Ribeirão. Mais tarde, ficou de herança para o Visconde de Cananéia, que recebeu como hóspedes a Princesa Isabel e o Conde D'Eu em 18761. A construção tem características neoclássicas e é um belo exemplo do patrimônio cultural brasileiro (VASSOURAS, 2021, p. 208).

Figura 15: Palacete do Barão do Ribeirão



Fonte: Acervo pessoal (2021).

A construção da sede da Câmara Municipal de Vassouras (figura 16) foi iniciada em 1849 e inaugurada em 29 de junho de 1872 com um esplendoroso baile.

A Antiga Casa de Câmara e Cadeia é realmente um edifício fascinante com uma rica história e arquitetura. A divisão do primeiro pavimento em salas administrativas, o hall da entrada principal com a escada monumental e o espaço lateral voltado à cadeia mostra a atenção aos detalhes na sua construção (FERRARO, 2017, p. 200).

A cerimônia pública para a colocação das quatro colunas monumentais que comporiam a fachada principal do pavimento superior é um marco importante na história do edifício. Cada coluna foi apadrinhada por um dos benfeitores responsáveis pela conclusão da construção: Francisco José Teixeira Leite, Barão de Vassouras, José de Avellar e Almeida, Barão de Ribeirão, Marcelino de Avellar e Almeida, Barão de Massambará e o Dr. Manoel Simões de Souza Pinto. A celebração incluiu um banquete aos operários responsáveis pela construção e um baile nos salões superiores do palacete de José de Avelar e Almeida, o Barão de Ribeirão.

Hoje em dia o prédio continua a servir à comunidade como sede da Câmara Municipal, um dos objetivos originais pelos quais foi construído. As recentes ações de revitalização e incremento do espaço público no centro histórico vassourense, incluindo as intervenções realizadas no prédio da Câmara Municipal que revitalizaram a pintura das fachadas, deram mais vida e destaque ao prédio que está bem no centro de Vassouras (FERRARO, 2017, p. 199).

Figura 16: Câmara Municipal de Vassouras



Fonte: Acervo pessoal (2023).

Dentro dos limites do entorno do Centro Histórico está o Museu Casa da Hera (figura 17), tombado pelo IPHAN em 1952. Construído na primeira metade do século XIX, o local foi a residência de Joaquim José Teixeira Leite e sua família, incluindo a filha Eufrásia Teixeira Leite, personalidade que decretou em seu testamento a preservação da casa na qual viveu (IBRAM, 2014).

Eufrásia Teixeira Leite, pela ótica contemporânea, é considerada um exemplo da independência e autonomia feminina em pleno Século XIX. Ela foi a primeira mulher brasileira a investir na bolsa de valores de Londres (SAYÃO, 2011, p. 36).

Descendente de personalidades como o Barão de Itambé e Barão de Campo Belo, Eufrásia Teixeira de Leite nasceu e passou sua infância na cidade. Ainda que pertencente à elite escravocrata cafeeira, grande parte do patrimônio não estava ligado às propriedades cafeeicultoras, mas as residências urbanas de Vassouras cujo domínio era majoritariamente da família Teixeira Leite. Com a fortuna herdada, Eufrásia não seguiu os rumos tradicionais da época, não se casou nem teve filhos (SAYÃO, 2011, p. 58). Ela ingressou no mundo do capital financeiro, com a maior parte dos seus investimentos relacionados ao mercado de títulos e de ações. Eufrásia é descrita como uma das primeiras mulheres a ingressar na bolsa de valores de

Paris (IBRAM, 2014). Em seu testamento, deixou grande parte de sua fortuna para instituições de caridade, incluindo a Santa Casa de Misericórdia de Vassouras, estabelecida como herdeira em última instância. Sua doação para a cidade de Vassouras incluiu uma série de equipamentos como o hospital Santa Casa de Misericórdia, escolas profissionais, a Casa da Hera, entre outros terrenos (SAYÃO, 2011, p. 53).

Figura 17: Museu Casa da Hera



Fonte: Acervo pessoal (2023).

Ainda que não sejam tombadas, outras edificações ou espaços podem ser considerados como bens de interesse para preservação, tanto na área de entorno do conjunto tombado, como fora dela, pela sua relevância no contexto da cidade de Vassouras. São exemplos: a Antiga Estação Ferroviária, datada de 1914 e o Memorial Manoel Congo. Esse último, apesar de ser uma construção mais recente (1996), fora da área do entorno do conjunto tombado, marca a localização do antigo Largo da Forca, no bairro da Pedreira que abrigou o pelourinho da cidade, onde aqueles considerados fora-da-lei eram açoitados e até mesmo condenados à forca. De acordo com o Mapa da Cultura/RJ, os condenados saíam da antiga Casa da Câmara e da Cadeia, contornavam a Praça Barão de Campo Belo e seguiam para o Largo da Forca em um trajeto conhecido como "Caminho da Morte". Da mesma forma, a referência a Manoel Congo carrega a força do patrimônio imaterial.

Embora a cidade tenha um rico patrimônio cultural material imóvel, de relevância histórica, não houve nenhum tombamento até o momento na esfera municipal. No entanto, em 2018, a Prefeitura aprovou a lei que dispõe sobre o Patrimônio Cultural de Vassouras, incluindo o estabelecimento de processos para tombamento e registro de bens, além da criação do Departamento de Patrimônio Cultural (DEPAC) e a instituição do Conselho Municipal (COMPPCV) e o Fundo de Proteção ao Patrimônio Cultural (FUNPAC). Essas iniciativas são inéditas na região do Vale do Café.

Além do Centro Histórico, Vassouras possui outras construções remanescentes do ciclo do café: as fazendas e os locais de moradia da aristocracia cafeeira do século XIX. De acordo com o Inventário das Fazendas de Café do Vale do Paraíba Fluminense (2008/2009) há ao todo dezesseis fazendas no município de Vassouras. O documento elaborado pelo Instituto Cultural Cidade Viva, em parceria com o Instituto Light e com a coordenação técnica do INEPAC/SEC, apresenta as fichas de Inventário de todas elas, incluindo o registro fotográfico, plantas-baixa e o estado de conservação à época, indicando algumas que já se encontravam em ruínas.

Atualmente a cidade possui apenas um produtor de café. No entanto, a história da cultura do café é amplamente comercializada como um produto turístico da cidade, principalmente nas fazendas históricas, sendo que oito delas oferecem atividades que vão desde a hospedagem, passando por saraus e visitas guiadas que vendem em seus pacotes a possibilidade de conhecer a cultura do café, as casas senhoriais, a cultura escravista e o baronato. Estes roteiros podem ser realizados nas fazendas de São Roque (figura 18), São Fernando (figura 19), Santa Eufrásia, Cachoeira do Mato Dentro, Mulungu Vermelho, Fazenda do Secretário, Fazenda da Cachoeira Grande e São Luiz da Boa Sorte.

Figura 18: Apresentação de maculelê, na Fazenda São Roque, para alunos do Ensino Médio, após aula sobre produção cafeeira no Brasil Imperial.



Fonte: Acervo Pessoal (2022)

A Fazenda São Fernando está localizada em Massambará, no 5º Distrito de Vassouras. Sua origem remonta ao século XVIII, quando as doações de terra se intensificaram ao longo do Caminho Novo. A fazenda foi fundada por Carlos Teodoro de Souza Fortes e Isabel Henriqueta Fortes, ambos membros da importante família Fortes Bustamante.

No século XIX, a Fazenda São Fernando se tornou uma das maiores e mais bem equipadas fazendas de café da região. A propriedade era composta por várias edificações, incluindo a casa sede, quatro blocos de senzalas, tulhas, um hospital para escravos, um engenho de beneficiar café, entre outras.

Após a morte de Isabel Henriqueta em 1872, um inventário dos bens do casal revelou que a fazenda já não possuía pés de café, indicando que os solos próximos à sede da fazenda estavam esgotados. No entanto, a riqueza da família ainda estava ligada à produção de café na vizinha Fazenda de São José.

Inicialmente, a exploração da propriedade era simples, com a produção focada principalmente no cultivo de gêneros para consumo interno, como cana-de-açúcar, feijão e café. No entanto, após a morte de sua esposa Maria Luisa em 1825, o inventário da fazenda revelou que ela ainda estava em seus estágios iniciais de desenvolvimento, com poucos animais e uma casa de vivenda coberta de palha (INSTITUTO CIDADE VIVA, 2007, p. 98).

Figura 19: Vista lateral Fazenda São Fernando



Fonte: Acervo pessoal (2021).

Além do patrimônio edificado de relevância nacional existem em Vassouras atributos (imateriais) particulares e específicos de sua história que transitam das manifestações tradicionais da cultura local até a atuação e a trajetória de personagens singulares que influenciaram os rumos da história regional, a exemplo de Manuel Congo e de Eufrásia Teixeira Leite.

Manuel Congo, ao lado de Mariana Crioula, lideraram uma insurreição escrava em 1838. Com uma das maiores populações escravizadas da região, o episódio da insurreição quilombola foi também o maior da região do Vale do Paraíba. A fuga e a fundação do quilombo em 1838 foram lideradas por Manoel Congo e contou com mais de 300 escravos, incluindo figuras importantes como Mariana Crioula, considerada rainha do quilombo e escravos de outras fazendas. A insurreição refletiu numa briga política que envolvia os senhores de escravos da freguesia de Paty do Alferes e da sede de Vassouras. A cidade era uma centralidade política e administrativa do Vale do Paraíba e sua sede era o espaço da autoridade estatal, expressa em sua arquitetura e nas disputas de poder das famílias da região. A operação de captura e julgamento dos foragidos foi ágil e Manoel Congo foi o único responsabilizado e condenado à morte, enquanto os demais sofreram castigos. Seu enforcamento ocorreu em 4 de setembro de

1839, no Largo da Forca. Tornou-se assim símbolo da luta pela liberdade e pelo fim da escravidão (figura20).

Figura 20: Memorial Manoel Congo



Fonte: Acervo pessoal (2021).

Em razão dos diversos desmembramentos ocorridos no Município, não há hoje registros de Comunidades Remanescentes de Quilombolas certificadas pela Fundação Palmares dentro dos limites administrativos de Vassouras. No entanto, a história dessa insurreição e a trajetória de líderes negros como Manoel Congo e Mariana Crioula estão profundamente ancoradas ao passado de Vassouras. O resgate dessas memórias traz também ao debate outras perspectivas de discussão do período do ciclo cafeeiro, para além das narrativas dominantes sobre os barões do café.

Vassouras guarda, além da identidade imperial e também a republicana. Essa última acrescida ou enfatizada pelos aspectos de afirmação social seja das comunidades negras, seja das mulheres, o que lhe atribui um diferencial de identificação com as causas atuais de afirmação identitária que remetem para a defesa de direitos e, em um sentido mais amplo, a questões estruturais da sociedade brasileira (RODRIGUES, 2015, p. 15).

Dentre as expressões culturais que ocorrem no município como formas de resgate da cultura e identidade afro-brasileira está o jongo. Desde 2005, está inscrito no livro das formas de expressão do IPHAN, como Patrimônio Cultural Imaterial do Brasil. Em Vassouras, há o

grupo “Caxambu Renascer de Vassouras”. Seus membros fundadores são descendentes de antigos jongueiros que viam seus pais e seus avós entoarem cânticos que falavam do cotidiano, da opressão, dos desafios e da magia da vida, da brincadeira e da alegria.

O grupo compõe uma rede de Cultura Popular do Médio Paraíba que possibilita a transmissão oral das tradições que contribuíram para o fortalecimento da cultura popular na região. O Pontão de Cultura do Jongo/Caxambu (figura 21), iniciado em 2008, é um programa desenvolvido pela Universidade Federal Fluminense (UFF), em parceria com quinze comunidades jongueiras do Sudeste, e a Rede de Jovens Lideranças Jongueiras do Sudeste.

O jongo é uma expressão cultural afro-brasileira rica e multifacetada que combina música, dança e práticas espirituais. Ele é praticado em várias comunidades urbanas e rurais do Sudeste do Brasil, muitas vezes como parte de festividades religiosas e culturais.

O jongo tem suas raízes nos povos africanos, principalmente os de língua bantu e é uma forma de homenagear os antepassados, consolidar tradições e afirmar identidades. A dança do jongo envolve o uso de enigmas cantados e a umbigada, um movimento de dança que envolve o contato do umbigo.

Figura 21: Jongo Caxambu Renascer na IV Feira da Cachaça de Vassouras



Fonte: Acervo pessoal (2022).

Outra manifestação cultural tradicional de Vassouras é a Caninha Verde (figura 22). A dança tem origem portuguesa da região do Minho, coreografada em pares e foi introduzida no Brasil durante o ciclo da cana-de-açúcar. Os músicos utilizam instrumentos como a sanfona e

o pandeiro e os dançarinos fazem a coreografia utilizando bastões para marcar o passo, com batidas alternadas formando a grande roda.

Conforme analisa Monteiro (2012), em sua pesquisa histórica e entrevistas com antigos brincantes e representantes, a Caninha Verde passou por uma série de transformações ao longo dos anos, no processo de transição do ambiente rural para a cidade. O autor cita os grupos Caninha Verde dos bairros Morro da Vaca e Grecco e do distrito de Ferreiros, todos com influência do grupo relacionado às comunidades do entorno da fazenda Monte Alegre (MONTEIRO, 2012).

A Caninha Verde é uma prática festiva que marcou os antigos carnavais de Vassouras, não se restringe a um setor específico da sociedade local. Embora represente a expressão cultural de uma coletividade de menor visibilidade, a aceitação da Caninha Verde por diversos setores da sociedade vassourense revela um certo nível de identificação, consenso e negociação em relação a cultura popular (MONTEIRO, 2012, p. 25).

Mesmo com a predominância das representações de um passado baseado no imaginário aristocrático, a identidade local também é composta pelo imaginário da vida rural no qual as classes menos abastadas e suas expressões culturais compõem uma imagem de fundo (MONTEIRO, 2012, p. 25).

Figura 22: Caninha verde na IV Feira da Cachaça de Vassouras



Fonte: Acervo pessoal (2022)

A capoeira (figura 23) soma-se a essas manifestações culturais que fazem parte de Vassouras. Em 2007, foi inscrita no Livro de Registro das Formas de Expressão do IPHAN e, em 2014, reconhecida pela UNESCO como patrimônio cultural imaterial da humanidade. Na

Capoeira se expressam simultaneamente “o canto, o toque dos instrumentos, a dança, o golpes, o jogo, a brincadeira, os símbolos e rituais de herança africana - notadamente banto - recriados no Brasil” (IPHAN). Em 2016, Vassouras chegou a hospedar os Jogos do Interior, uma das principais competições de capoeira entre municípios do interior do Rio. Apesar de não estar no cadastro nacional de Capoeira do IPHAN, o município possui projetos desenvolvidos por especialistas que instruem jovens e crianças em aulas de capoeira.

A capoeira é uma expressão cultural que é influenciada por uma variedade de fatores sociais e históricos¹. Como um jogo, a capoeira é condicionada por valores e regras sociais que influenciam sua forma e conteúdo (FALCÃO, 2006, p. 14).

Ela se tornou amplamente praticada nas plantações como uma forma de romper os laços da escravidão, tanto física quanto mentalmente, influenciada pelo tempo histórico em que se situa e é edificada a partir dos interesses e das ações dos sujeitos que, por meio dela, atuam e disputam poder na sociedade (FALCÃO, 2006 p. 14).

Figura 23: Capoeira Arte Rasteira, Praça Barão do Campo Belo. Vassouras/RJ



Fonte: Acervo pessoal (2022).

Entre as festas tradicionais que ocorrem na cidade, está a Folia de Reis ou Reisado, presente em Vassouras há mais de 120 anos. A festa mistura religiosidade e cultura popular, associada a uma tradição cristã de origem portuguesa, trazida para o Brasil no século XVIII. O cortejo é composto por músicos instrumentistas e cantores, dançarinos, palhaços e outras figuras folclóricas, organizados sob a liderança do Capitão da Folia. A celebração oficial da festa é em 6 de janeiro, onde os grupos de Folia de Reis realizam a entrega de suas bandeiras e tocam a tradicional chula.

No entanto, durante todo o ano, as folias de Vassouras se apresentam em eventos organizados pela prefeitura. O município conta com diversos grupos de Folia de Reis, muito populares na cidade e nos distritos, e chega a receber, às vezes, a visita de grupos de Folia de outros municípios. Aliás, a Folia de Reis é reconhecida como patrimônio cultural imaterial fluminense pela Lei Estadual n.º 7819, de 20 de dezembro de 2017 (figura 24).

Figura 24: Folia de Reis, Descendentes De Davi - Vassouras



Fonte: Arquivo pessoal (2021).

Outra prática festiva é a Festa de Santa Rita de Cássia (Figura 25), dedicada à padroeira dos desamparados e Santa das causas impossíveis. A festa traz programações diversas com atividades religiosas e culturais. Os fiéis percorrem as principais ruas de Vassouras e as ruas do bairro Madrugá, onde existe a Igreja de Santa Rita, além de arrecadar alimentos para doação.

Figura 25: Folder de divulgação da Festa de Santa Rita de Cássia

FESTA DE Santa Rita de Cássia
13 a 22 de maio de 2023
DAI-LHES VÓS MESMOS DE COMER (Mt 14,16)

30 de abril – Missa 18h – Envio das Imagens
13 de maio – Missa 19h – Abertura da Novena
14 de maio – Missa 18h
21 de maio – Almoço: 12 às 14h – Show de Prêmios: 15h – Missa: 18h
28 de maio – Missa 18h: Retorno das Imagens

Novena

13 DE MAIO: Sábado – Missa 19h
“*Mais felizes são aqueles que ouvem a Palavra de Deus e o põem em prática*” (Jo 11, 26)
Santa Rita: Vocação como resposta de amor!
Resp: Catequese Paroquial e Juventude Católica de Vassouras - JVC
Doação: Óleo

14 DE MAIO: Domingo – Missa 18h
“*... quem me ama será amado por meu Pai...*” (Jo 14, 21b)
Santa Rita anunciadora do Evangelho na Família - Vocação à vida familiar
Resp: Com. Betânia, Santa Edwiges, Santa Cruz, São José e São Paulo
Doação: Arroz

15 DE MAIO: 2ª-Feira – Missa 19h
“*...O Espírito da verdade dará testemunho de mim*” (Jo 15, 26)
Santa Rita exemplo de unidade na Família e na Comunidade!
Resp: Paróquia N. Sra. da Conceição e Com. N. Sra. do Rosário
Doação: Feijão

16 DE MAIO: 3ª-Feira – Missa 19h
“*Vou para Aquele que me enviou*” (Jo 16, 5)
Como Santa Rita, somos chamados a resplandecer no mundo a imagem de Cristo!
Resp: RCC e Comunidade São Jorge
Doação: Fubá

17 DE MAIO: 4ª-Feira – Missa 19h
“*Quando vier o Espírito da Verdade, ele encaminhará vocês para toda a verdade...*” (Jo 16, 13a)
Santa Rita colocou os dons do Espírito Santo a serviço do Reino!
Resp: Com. N. Sra. Aparecida, Sant'Ana e Santo Antonio
Doação: Macarrão

18 DE MAIO: 5ª-Feira – Missa 19h
“*...Vós chorareis e vós lamentareis, mas o mundo se alegrará...*” (Jo 16, 20a)
Santa Rita, conforto na aflição!
Resp: ACC, Apostolado de Oração, MCC, Pastoral Familiar,
Doação: Açúcar

19 DE MAIO: 6ª-Feira – Missa 19h
“*...Vós Ricareis tristes, mas a vossa tristeza se transformará em alegria*” (Jo 16, 20b)
Santa Rita encaminha a Deus a minha oração! (Intercessora dos casos impossíveis)
Resp: Com. Santo Expedito, São João Paulo II e São Sebastião
Doação: Material de Higiene

20 DE MAIO: Sábado – Missa 19h
“*Eu saí do Pai e vim ao mundo...*” (Jo 16, 28b)
Santa Rita pregai com o amor de Jesus as nossas vidas!
Resp: Com. Santa Amália, São Francisco de Assis e São Pedro
Doação: Biscoito

21 DE MAIO: Domingo – Missa 18h
“*...Eis que estarei convosco todos os dias, até o fim do mundo...*” (Mt 28, 20b)
Santa Rita modelo de santidade e caridade!
Resp: Pastoral Social e Terço dos Homens
Doação: Leite

Dia de Santa Rita de Cássia
22 DE MAIO: 2ª-Feira
9h – Missa
19h – Procissão e Missa
“*...Tende coragem! Eu vencerei o mundo!*” (Jo 16, 33c)
Santa Rita: Vocação, graça e missão!
Resp: Conselho Comunitário de Pastoral

Programa Social

13 A 22 DE MAIO:
✓ Cantina da Comunidade Santa Rita
✓ Barraca da Pastoral Familiar – De 19 a 22
✓ Barraca da Juventude Católica de Vassouras - JVC – De 19 a 22

21 DE MAIO: Domingo
✓ 12h às 14h: Almoço
✓ 15h: Festival de Prêmios – 10 rodadas – 22 prêmios
✓ De 12 às 17h: Pula pula e Pipoca (grátis)

Promoção PREMIUM ABM Clube de Benefícios

Fonte: Facebook da Paróquia de Santa Rita de Cássia – Vassouras.

A cena cultural vem sendo estimulada objetivando movimentar a atividade turística na cidade de Vassouras, principalmente neste ano, buscando a retomada do setor em função da pandemia da COVID-19.

Ao longo de 2022, a cidade sediou um festival de cinema que premiou produções de diferentes regiões do Brasil, nas categorias: ficção, documentário e animação. Aconteceu também uma Feira Literária que levou à cidade autores consagrados nacionalmente como Ruth Rocha, Ailton Krenak e Mary Del Priori.

Além disso, a cidade promoveu o primeiro Fórum do Patrimônio Cultural do Vale do Café, uma iniciativa que reuniu segmentos dos setores público e privado para divulgar iniciativas na região dedicadas à conservação do patrimônio e à educação patrimonial, bem como reivindicar ações de preservação do patrimônio edificado e imaterial. A proposta é que o Fórum aconteça anualmente de forma itinerante nas cidades dessa região turística, tendo como principal objetivo congregar pessoas e instituições interessadas em propor a candidatura do Vale do Café como Patrimônio Mundial da Unesco, dada sua relevância no patrimônio cultural da região.

1.3.4 – Serviços/equipamentos turísticos e de apoio ao turismo

O Pátio Casario é um empreendimento que está situado na Rua Barão de Vassouras. O serviço possui restaurantes, pizzarias e bares e ainda conta com cinema e agência de turismo: a Bomtempo Turismo, que atua como Agência de Viagens elaborando roteiros personalizados, organizando viagens a lazer e a negócios, venda de pacotes de viagens, intercâmbio, passagens

aéreas nacionais, internacionais e cruzeiros. A Bomtempo também atua como receptivo do Vale do Café e oferece ao visitante uma experiência inesquecível pelo legado cultural da região.

Na Rua Caetano Furquim e na Avenida Expedicionário Osvaldo de Almeida Ramos (conhecida como Broadway), localizam-se lojas de roupas, restaurantes, farmácias, padaria, bancos entre outros tipos de comércio, além da sede da Universidade de Vassouras. A cidade possui 4 postos de combustíveis instalados no distrito sede.

O Centro de Convenções General Sombra (figura 26) é o maior equipamento turístico da região. Ele conta com infraestrutura moderna e está preparado para receber diferentes eventos como: palestras, congressos, feiras, shows, formaturas, entre outros. O espaço possui conforto e segurança, além de toda tecnologia e infraestrutura moderna como as dos grandes centros de convenções do país. Muito além da suntuosidade do espaço, ele possibilita ao município e região explorar o turismo de eventos.

Figura 26: Centro de Convenções General Sombra



Fonte: Arquivo pessoal (2022).

A cidade possui meios de hospedagem que são equipamentos essenciais para a atividade turística e desempenham um papel de grande relevância na experiência de viagem. Vassouras dispõe desde acomodações simples até um resort luxuoso, atendendo a uma ampla gama de preferências e orçamentos dos hóspedes. Além disso, muitos meios de hospedagem vão além do fornecimento de acomodações, oferecem serviços adicionais como alimentação, entretenimento e outras atividades para incrementar a estadia dos hóspedes. Segue abaixo a lista dos meios de hospedagem de município:

- Bliss Hotel Vale do Café

- Vassouras Eco Resort
- Vila Hibisco Pousada e Apart
- OYO Mara Palace
- Hotel Santa Amália
- Hotel Fazenda Santo Antônio
- Pousada Vale Das Palmeiras
- Hotel Fazenda Folhas Verdes
- Hotel Fazenda Galo Vermelho
- Fazenda São Luiz da Boa Sorte
- Mansão Residence & Club
- Hospedagem Helga Ferreira
- Pousada Colina Verde
- Hotel Gramado Da Serra
- Hotel Jardim Imperial
- Pousada Veredas

Vassouras conta com um bom número de taxistas e motoristas de aplicativos, mas não conta com serviço de locação de veículos automotores.

No que diz respeito aos serviços de saúde, o município exerce protagonismo regional nos atendimentos à população fluminense, sendo referência em um conjunto significativo de atendimentos. Em relação a essa categoria de serviço de apoio ao turismo, o município possui dois hospitais com diferentes características de atendimento e prestação de serviços: o Hospital Eufrásia Teixeira Leite, que pertence à Irmandade de Santa Casa da Misericórdia da cidade de Vassouras, e o Hospital Universitário de Vassouras (figura 27), da Fundação Educacional Severino Sombra, que é mantenedora da Universidade de Vassouras.

Figura 27: Hospital Universitário de Vassouras



Fonte: Arquivo pessoal (2023).

CAPÍTULO II

CACHAÇA: UM PATRIMÔNIO VASSOURENSE

*Há dias que eu não sei o que me passa
Eu abro o meu Neruda e apago o sol
Misturo poesia com cachaça
E acabo discutindo futebol
Cotidiano n° 2 - Vinicius de Moraes ¹⁵*

É inegável que o passado da produção cafeeira do século XIX tenha peso relevante na concepção do turismo de Vassouras, porém outros patrimônios culturais possuem potencial para incrementar a atividade no município, dentre eles está a produção e a comercialização da cachaça.

Os turistas ao se deslocarem para conhecer novos lugares, pessoas, costumes e tradições, vivenciam a cultura a qual vem sendo valorizada tanto pela preservação dos modos de fazer quanto por interesses econômicos como forma de gerar renda aos fazedores de cultura. Assim, o visitante pode experimentar as especificidades do lugar, integrando sentidos e emoções. É neste contexto que há um potencial relevante do turismo da cachaça em Vassouras.

É nesse cenário que a cachaça se insere como um elemento presente e fundamental na cultura vassourense.

2.1 - A CACHAÇA COMO PATRIMÔNIO ALIMENTAR NO BRASIL

A partir de um movimento liderado pela Unesco em 2003, diversos países, inclusive o Brasil, têm se preocupado em estabelecer leis com vistas à proteção do patrimônio imaterial ou intangível (FERREIRA e OLIVEIRA, 2020).

Patrimônio imaterial é aquele que reúne práticas e domínios da vida social, forjando elementos da identidade de um grupo. Esses bens são transmitidos, geração a geração, de forma oral e pelo convívio diário. É aí que o saber fazer de alguns alimentos entra na categoria de patrimônio cultural. No que diz respeito a esta pesquisa, o reconhecimento da cachaça como patrimônio cultural imaterial se trata do entendimento do produto como uma marca cultural do país e, por isso, um atrativo turístico (FERREIRA e OLIVEIRA, 2020).

De acordo com a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), a cachaça é um tipo de aguardente extraído no processo de fermentação e destilação das borras do melão

¹⁵ Poeta, dramaturgo, jornalista, diplomata, cantor e compositor brasileiro.

da cana-de-açúcar. Bastante popular no Brasil, ela foi por muito tempo estigmatizada como "bebida de pobre". Atualmente, vê-se um movimento de rompimento com esse estigma, influenciado pela produção artesanal e pela difusão do entendimento da cachaça como um patrimônio cultural brasileiro. Nesse sentido, o termo "cachaceiro" vem sendo considerado pejorativo.

Ainda segundo a EMBRAPA (2022), para que o produto receba a denominação de cachaça, deve obedecer aos parâmetros estabelecidos pelo Decreto nº 2314 de 4 de setembro de 1997, que regulamenta a padronização e a classificação de bebidas. O produto reconhecido como cachaça, caninha, cana ou aguardente de cana é toda bebida que utilize a cana-de-açúcar como matéria-prima e com sua graduação alcoólica entre 38% e 54% em volume, a 20° C. Podendo ainda ser acrescido açúcar em até seis gramas por litro, sendo que quando a adição de açúcar for superior a 6 e inferior a 30 gramas por litro deve receber a denominação de cachaça adoçada, caninha adoçada ou aguardente de cana adoçada.

A cachaça é a terceira bebida destilada mais consumida no mundo e a primeira mais consumida no país. Segundo o Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Aguardente de Cana, Caninha ou Cachaça (PBDAC), a produção gira em torno de 1,3 bilhão de litros por ano, sendo que cerca de 75% é proveniente da fabricação industrial e 25%, da forma artesanal.

Segundo o Mapa da Cachaça (2022), ao longo de 2021 foram vendidos 7,22 milhões de litros de cachaça demonstrando um crescimento de 29,52% em relação ao ano anterior. O mesmo aconteceu com o faturamento: enquanto em 2020 o setor faturou US\$9,5 milhões (34,8% a menos que em 2019) com as vendas externas, no último ano esse faturamento chegou a mais de US\$13,17 milhões, um crescimento de 38,39 %.

Tabela 2: AS TABELAS 2 E 3 APRESENTAM OS PRINCIPAIS PAÍSES IMPORTADORES DE CACHAÇA NO MUNDO (Em dólar)

PRINCIPAIS PAÍSES IMPORTADORES DE CACHAÇA (em dólar)	
Estados Unidos	3,48 milhões
Alemanha	1,88 milhão
Paraguai	1,32 milhão
Portugal	937 mil
França	785 mil

Fonte: Mapa da cachaça (2022).

Tabela 3

PRINCIPAIS PAÍSES IMPORTADORES DE CACHAÇA (em litros)	
Paraguai	1,63 milhão
Alemanha	1,63 milhão
Estados Unidos	903 mil
Portugal	509 mil
França	509 mil

Fonte: Mapa da cachaça (2022).

A maior parte da produção da bebida está concentrada na região sudeste, com mais de 60% da produção. Também é a região que concentra a exportação da bebida, como podemos observar nas tabelas 4 e 5.

Tabela 4: PRINCIPAIS ESTADOS EXPORTADORES DE CACHAÇA (Em dólar)

PRINCIPAIS ESTADOS EXPORTADORES DE CACHAÇA (em dólar)	
São Paulo	6,09 milhões
Pernambuco	1,84 milhões
Rio de Janeiro	1,30 milhão
Paraná	1,23 milhão
Minas Gerais	1 milhão

Fonte: Mapa da cachaça (2022).

Tabela 5: PRINCIPAIS ESTADOS EXPORTADORES DE CACHAÇA (Em litros)

PRINCIPAIS ESTADOS EXPORTADORES DE CACHAÇA	
São Paulo	3,15 milhões
Pernambuco	1,95 milhão
Paraná	1,15 milhão
Rio de Janeiro	378 milhão
Minas Gerais	248 milhão

Fonte: Mapa da cachaça (2022).

De acordo com o Instituto Brasileiro da Cachaça (IBRAC), as exportações de 2021 por pouco não chegaram aos índices de 2019, período pré-pandemia¹⁶.

No processo de fabricação, o caldo que sai da moenda ainda não está adequado para a produção. O caldo deve ser filtrado e decantado para separação de impurezas antes de entrar nas dornas de fermentação. Essa etapa é conhecida entre os produtores como processo de separação entre cabeça, coração e cauda da destilação, de modo que os produtos advindos da cabeça (início do processo) e da cauda (fim do processo) são descartados.

Ao longo da fermentação há diversas mudanças no caldo. A liberação de gás com uma boa formação de espuma e o aroma agradável do líquido são indicadores de que tudo está indo bem. Quando a fermentação se aproxima do final, há uma redução da espuma e a liberação de gases. A finalização da produção ocorre quando o sacarímetro¹⁷ marca zero (0° Brix) ou pela ausência de bolhas na superfície do líquido. Esses dois fatores indicam o final do processo.

Câmara Cascudo, em *Prelúdio da Cachaça* aponta que a primeira cachaça foi destilada no Brasil por volta de 1532 em São Vicente, onde surgiram os primeiros engenhos de açúcar. Para Cascudo, foram os portugueses que aprenderam as técnicas de destilação com os árabes.

Os portugueses trouxeram para o Brasil a cana de açúcar que já plantavam nos Açores e na Ilha da Madeira. Acredita-se, portanto, que a bebida tenha surgido no litoral nordestino em algum dos primeiros engenhos no começo do século XVI, data que corresponde ao início da colonização portuguesa no Brasil. Segundo Silva:

Apesar de não haver registro preciso, pode-se afirmar que a cachaça surgiu no território brasileiro, em algum engenho do litoral, entre os anos de 1516 e 1532, sendo, portanto, o primeiro destilado das Américas, antes mesmo do aparecimento do pisco peruano, da tequila mexicana, do rum caribenho e do bourbon americano (SILVA 2020, p. 18).

Câmara Cascudo afirma que a mais antiga menção que encontrou a respeito da cachaça em Portugal, foi numa correspondência de Sá de Miranda dedicada a António Pereira:

Ali não mordida a graça,

¹⁶ Localizou-se os dados referentes à exportação da cachaça, mas não foi possível localizar os dados recentes sobre a distribuição do consumo da bebida no Brasil por estados.

¹⁷ O sacarímetro de brix é um instrumento usado para medir o teor de açúcar em solução. Ele possui unidade em °brix. em sua haste cilíndrica há escala de papel graduada fixada ao vidro. O densímetro possui no fundo do seu corpo chumbo fixado com lacre vermelho. Este instrumento não é recomendado para altas temperaturas (acima de 70°C), o excesso de aquecimento pode ocasionar a queima da escala e derretimento do lacre (BIOMEDH, 2022).

Eram iguais os juízes;
 Não vinha nada da praça,
 Ali, da vossa cachaça!
 Ali, das vossas perdizes! (CASCUDO, 2006, p. 7)

Em meados do século XVIII, com a geração de impostos e do escambo no tráfico de escravos, a cachaça era utilizada como uma espécie de moeda que barateava os custos e aumentava os lucratividade dessa modalidade comercial, sendo a melhor moeda de troca para a obtenção de mais escravos. José C. Curto explica da seguinte forma:

[...] podem ter estado na base deste crescimento volumes mais elevados de cachaça da Baía de Guanabara, com as quantidades importadas da Baía e do Recife a sofrerem uma descida proporcional. O principal porto do sul da terra de Vera Cruz exportou sozinho 2.272 pipas de gerebita para Luanda em 1796, o que representou 52% das suas exportações totais de cachaça (CURTO, 2002, p. 169).

Segundo Câmara Cascudo, somente no século XVIII que o nome “cachaça” começou a fazer parte do vocabulário no Brasil e desde o período colonial está fortemente presente em diversos ritos sagrados e festejos populares. Ela é tem importância fundamental na maioria dos cultos negros e indígenas, como no Catimbó, na Pajelança, no Jongo e no Candomblé. (CASCUDO, 2006).

A cachaça é um produto que atravessa a história brasileira e, hoje em dia, é considerada um símbolo nacional, possuindo um selo de Indicação Geográfica estabelecido pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) desde 2001, através do Decreto 4.062.

Dados de 2021 revelam que 936 produtores de cachaça de alambique registrados e um total de 4.969 produtos. O Anuário da Cachaça de 2021 destaca ainda que cerca de 6,9 litros da bebida são consumidos no país por ano, e que 15,5 bilhões são movimentados anualmente no Brasil pela cadeia produtiva da cachaça. Destaca, ainda, como dados relevantes, que 98% dos produtores de cachaça no Brasil são pequenos e médios produtores e que a produção começa na entressafra agrícola, quando o campo desemprega (BRASIL, 2022).

Atualmente, existem muitas diferenças entre os processos produtivos da cachaça. As grandes indústrias do ramo utilizam colunas de destilação, tanques de aço inoxidável, aditivos químicos para acelerar a fermentação, entre outros. Enquanto as produções artesanais priorizam a destilação em alambiques de cobre (figura 28), a fermentação natural, o armazenamento em tonéis de madeira para envelhecimento, além do cuidado com a separação da chamada fração nobre do destilado que proporciona uma cachaça de alta qualidade.

Figura 28: Alambique de Cobre



Fonte: Embrapa

Segundo Silva (2019), o processo de patrimonialização da cachaça como patrimônio cultural imaterial do Brasil ainda não foi reconhecido oficialmente pelo governo federal. Essa patrimonialização está sendo feita por Estados e municípios que tomaram algumas iniciativas nesse sentido, o IPHAN é o órgão responsável diretamente pelo reconhecimento institucional e não tem a cachaça como um bem registrado.

O Estado do Rio de Janeiro reconhece a cachaça como patrimônio cultural. A lei assinada pelo Deputado Luiz Martins foi elaborada tendo em vista a importância cultural da cachaça como símbolo nacional, assim como Escócia, México e Cuba tem o whisky, a tequila e o rum como bebidas nacionais, respectivamente.

Há um projeto de lei (6291/12) no Congresso Nacional desde 6 de julho de 2012 que reconhece a cachaça como patrimônio nacional. A legislação é uma forma de reconhecimento da cachaça em sua história, cultura e movimenta a economia.

Tradicionalmente os tombamentos de Patrimônio Cultural estavam ligados ao patrimônio edificado, contudo ao longo dos anos o conceito foi sendo alargado para incluir o chamado patrimônio imaterial, também conhecido como intangível. Segundo Vianna:

Patrimônio Imaterial é um conceito adotado em muitos países e fóruns internacionais como complementar ao conceito de patrimônio material na formulação e condução de políticas de proteção e salvaguarda dos patrimônios culturais, sob a perspectiva antropológica e relativista de cultura. Usa-se, também, patrimônio intangível como termo sinônimo para designar as referências simbólicas dos processos e dinâmicas socioculturais de invenção, transmissão e prática contínua de tradições fundamentais para as identidades de grupos, segmentos sociais, comunidades, povos e nações. No Brasil, o marco legal para a política de patrimônio cultural imaterial é a Constituição Federal de 1988. No Artigo 216, o conceito de patrimônio cultural

aparece estabelecido nas dimensões material e imaterial. Abarca tanto os sítios arqueológicos, obras arquitetônicas, urbanísticas e artísticas – bens de natureza material –, quanto celebrações e saberes da cultura popular, as festas, a religiosidade, a musicalidade e as danças, as comidas e bebidas, as artes e artesanatos, mitologias e narrativas, as línguas, a literatura oral – manifestações de natureza imaterial (IPHAN, 2016, verbete).

É nessa perspectiva que a cachaça vem sendo reconhecida como patrimônio, sendo considerada desde 2008 como patrimônio cultural e imaterial de Pernambuco, o segundo estado do país que mais a produz, exporta e consome. Desde 10 de julho de 2006 que a bebida é reconhecida como patrimônio cultural imaterial do município de Salinas, em Minas Gerais; desde janeiro de 2007 que a Cachaça de Alambique é reconhecida como Patrimônio Histórico e Cultural em todo o estado de Minas Gerais.

O Estado do Rio de Janeiro figura entre os grandes exportadores de cachaça, mantendo a tradição que remonta ao século XVIII, quando a região era uma grande produtora a tal ponto que para muitos, a cachaça era sinônimo de Paraty, cidade do sul do estado do Rio de Janeiro. No estado do Rio de Janeiro a bebida é reconhecida como Patrimônio Histórico e Cultural do Estado do Rio de Janeiro por Lei Estadual aprovada em 6/7/2012 (BRAGA e KIYOTANI, 2015).

A Lei nº 6.291/2012 que “considera a cachaça como Patrimônio Histórico Cultural do Estado do Rio de Janeiro”, possui dois artigos: o primeiro repete o título da lei e o segundo diz quando ela entra em vigor (RIO DE JANEIRO, 2012).

2.2 - CACHAÇA TEM HISTÓRIA: DOS ANTIGOS ALAMBIQUES A FEIRA QUE RECEBE O SEU NOME

A expansão da lavoura canavieira no litoral sul fluminense remonta ao século XVIII, a partir do desenvolvimento comercial do Rio de Janeiro, impulsionada pelo florescimento econômico de Minas Gerais. Situada no litoral, Angra dos Reis e Paraty serviam de entreposto comercial para a grande unidade agroexportadora, comercializando também gêneros de outros centros fornecedores localizados no litoral ou no interior de Minas e São Paulo, além de gêneros de suas próprias lavouras em direção ao porto do Rio de Janeiro (OLIVEIRA e LAZOS, 2018).

Oliveira e Lazos (2018) complementam que o acesso a Paraty se dava pela Estrada Real, ou Caminho Velho, que vinha de Minas passando por Guaratinguetá e Cunha, em São Paulo. Essa rota contava com um trecho marítimo até o Rio de Janeiro. Os frequentes ataques de piratas às embarcações com ouro e pedras preciosas na baía da Ilha Grande incentivou a construção de uma rota terrestre, o *Caminho Novo*, a partir da década de 1770. Antes disso, havia um dinâmico comércio portuário entre o interior e o litoral sul fluminense, a utilização da nova rota

desencadearia uma diminuição nos negócios ali realizados, direcionando a economia para a fabricação da cachaça.

A produção da aguardente na região foi então impulsionada por fatores internos, externos e ambientais. Um fato interessante que explica a preferência da produção de aguardente em detrimento do açúcar em Paraty é devido à alta pluviosidade da região. O solo encharcado fazia com que a cana ficasse “aguada”, com menor teor de açúcar. Além disso, a umidade dificultava a secagem (OLIVEIRA e RUIZ, 2018).

O produto adquiriu muito valor no comércio de escravizados africanos desde os fins do século XVIII, apresentando grande vantagem, inclusive pelo seu baixo custo de produção. De meados dos setecentos até as primeiras décadas do século XIX, a cachaça teve grande peso na entrada de cativos africanos no Brasil oriundos da África Central e Ocidental.

A cachaça era conhecida também como giribita e foi a bebida alcoólica mais importada do Brasil para Luanda, a capital colonial de Angola, entre 1810 e 1830. Em média, a giribita representou 77% do valor total das bebidas alcoólicas importadas do Brasil para Luanda durante esse período. Esses dados indicam que a cachaça era um produto de grande importância para o comércio entre o Brasil e Angola. Ela era utilizada como moeda de troca para adquirir escravos, que eram a principal mercadoria exportada por Angola (MARQUES, 2011, p.54).

Assim, as verdadeiras bases de sustentação de Angra e Paraty sempre foram o porto e a pequena lavoura, com destaque para a fabricação de aguardente, tanto para o comércio interno quanto para exportação (MARQUES, 2011, p. 36).

Oliveira e Ruiz (2018) ressaltam que a ligação da região do Vale do Paraíba com o litoral sul fluminense traz uma de suas melhores expressões com uma das famílias mais opulentas do Brasil Imperial, os Souza Breves, que detinham propriedades que iam da serra ao litoral sul da província fluminense no século XIX.

A Fazenda Pinheiro, em Piraí (RJ), onde residia José Breves (um dos maiores escravocratas do Império) era uma das principais produtoras de café na região e atraía viajantes de diversas partes do mundo. Ela contava também com alambique, com a produção voltada ao consumo da fazenda e as redondezas de Piraí. Aliás, a fazenda se distinguia na história do café como símbolo da cultura da época (OLIVEIRA e RUIZ, 2018).

Oliveira e Ruiz (2018) contam que todos os pequenos portos da região do litoral sul fluminense serviram para o escoamento do café, aguardente e, principalmente, contrabando de escravos no século XIX, sendo o café e o tráfico fundamentais para o desenvolvimento urbano de Angra dos Reis. No Vale do Paraíba, a cultura canavieira permitia que plantassem simultaneamente feijão, milho e outros gêneros alimentícios. Diferentemente da monotonia da

paisagem do Vale do Paraíba do século XIX com suas extensões de terras cobertas pelo café, a produção no litoral sul fluminense dessa época contava não só com as plantações de cana de açúcar para a produção de aguardente, como com uma diversidade de gêneros voltados ao abastecimento regional. A produção de aguardente demandava áreas para os canaviais e outros produtos florestais, como lenha para as caldeiras e madeira para os barris preferivelmente feitos da canela onde a cachaça era armazenada.

A utilização de lenha na produção da cachaça, no entanto, era menos exigida do que para a produção de açúcar. O plantio da cana-de-açúcar até 1850 não destruía a floresta a ponto de precisar ser abandonada devido à exaustão da lenha. Portanto, a produção de cana-de-açúcar no século XIX foi secundária na destruição de florestas primárias enquanto o café significava uma ameaça mais intensa do que qualquer outra (OLIVEIRA e LAZOS, 2018).

No século XIX, a relação entre a cachaça e os festejos populares também foi observada em Vassouras pelo historiador Stanley Stein:

O caxambu com seus ritmos poderosos, com a quase completa ausência de supervisão do fazendeiro, com o uso de palavras africanas para disfarçar as alusões óbvias e os ocasionais tragos de cachaça morna, proporcionaram aos escravos a oportunidade de expressar seus sentimentos em relação a seus senhores e feitores e comentar acerca das fraquezas de seus companheiros (STEIN, 1990, p. 246).

A mudança da Estrada Real para o “Caminho Novo” no transporte do ouro vindo de Minas Gerais na década de 1770 pode ter desempenhado um papel importante no desenvolvimento da produção de cachaça na região. Com a diminuição do comércio portuário entre o interior e o litoral de Angra dos Reis e Paraty em virtude da nova rota, os proprietários podem ter encontrado uma solução na produção de cachaça (MARQUES, 2011, p. 34).

A fabricação de cachaça era uma atividade que não exigia muitos recursos, embora necessitasse de um especialista que dominasse a técnica. Com uma engenhoca acionada manualmente e um alambique de barro era possível produzir quantidades suficientes para o consumo doméstico, local ou externo.

A mão de obra escrava era comumente utilizada no processo produtivo. Os subprodutos da cana, como o bagaço, podiam ser usados de várias maneiras, aumentando o lucro bruto dos senhores de engenho em cerca de 25%, principalmente em períodos de baixa do preço do açúcar (MARQUES, 2011, p. 34).

A cachaça era comumente dada aos escravos em tempos de trabalho árduo na colheita ou em ocasiões festivas. Essa bebida destilada também conhecida como “maráfo”, “caninha”

ou “aguardente”, tornou-se parte integrante da cultura e da economia local (MARQUES, 2011, p. 45).

Portanto, a produção de cachaça representava um investimento baixo com alto retorno, especialmente considerando os outros fatores mencionados. Isso contribuiu para a popularidade da produção de cachaça durante esse período histórico.

A cachaça, assim como outros aspectos da cultura brasileira, é cercada por mitos e preconceitos, muitas vezes devido à falta de conhecimento ou compreensão. Isso pode dificultar a consolidação da bebida e impedir que ela alcance o status elevado das bebidas tradicionalmente produzidas em outros países.

A gastronomia tem desempenhado um papel importante na desmistificação da cachaça e na elevação do status de muitos produtos regionais brasileiros. Os chefs de cozinha são peças fundamentais nesse movimento, pois incluem em seus pratos alimentos que foram esquecidos ou marginalizados ao longo do tempo.

Ao incorporar esses ingredientes em suas criações culinárias, os chefs estão ajudando a resgatar e celebrar a rica diversidade da culinária brasileira, ao mesmo tempo em que desafiam mitos e preconceitos em torno de certos alimentos e bebidas, como acontece com a cachaça. Isso é um testemunho do poder da gastronomia como uma forma de expressão cultural e um meio de preservar e promover a herança culinária de uma nação.

Em Massambará, distrito de Vassouras, está localizada a Fazenda Santo Antônio da Cachoeira (figura 29). Essa propriedade possui cerca de 260 anos e pertenceu a Joaquim Alcântara, engenheiro agrônomo e criador de gado que começou a plantar cana-de-açúcar para alimentar os animais na época de seca. Na antiga fazenda já existia o alambique. Há 150 anos, a fazenda foi pioneira na produção de cachaça em Vassouras (INSTITUTO CIDADE VIVA, 2007, p. 4).

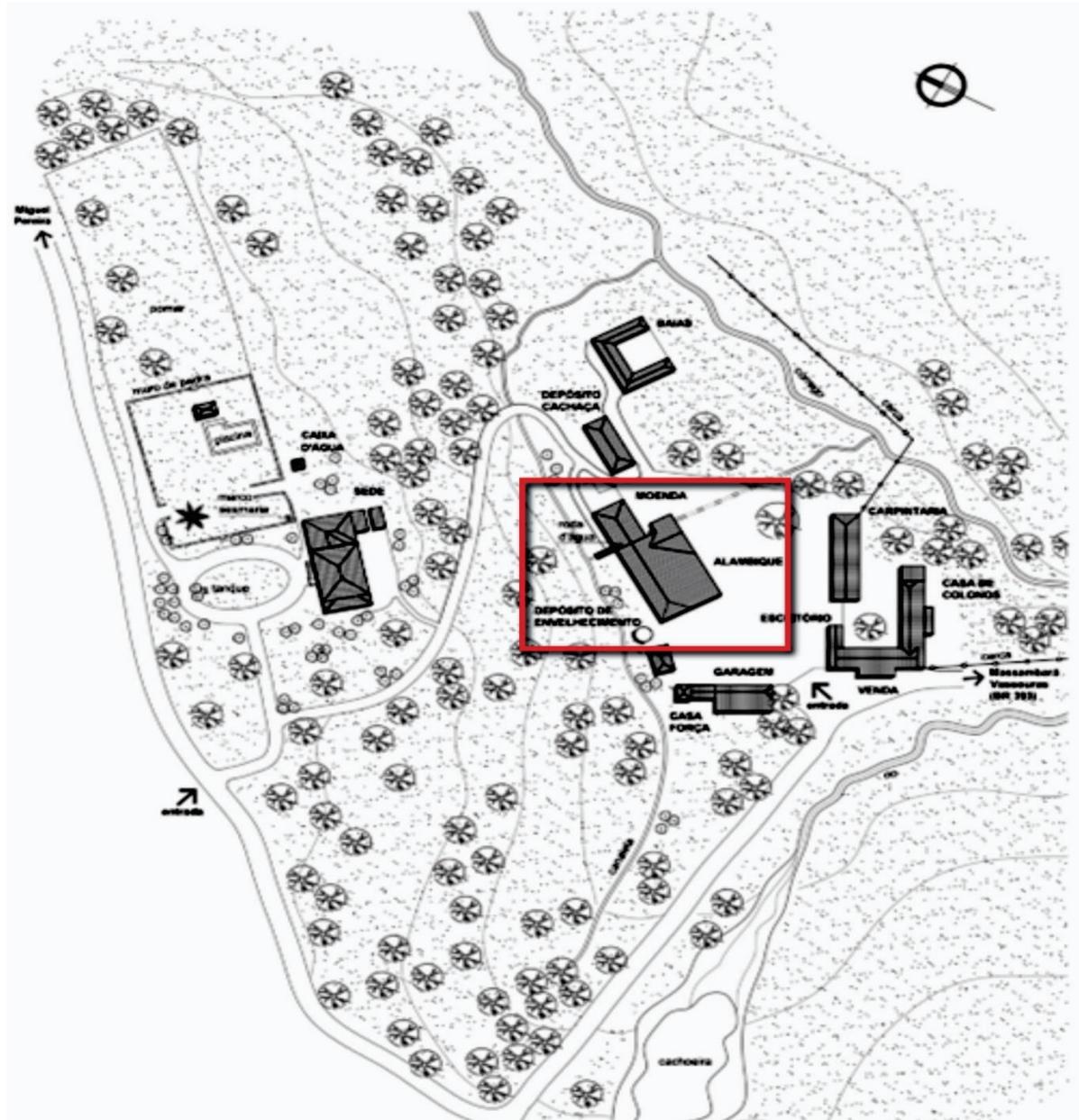
Figura 29: Fazenda Santo Antônio da Cachoeira



Fonte: Inventário das Fazendas do Vale do Paraíba Fluminense (2007, p. 13).

Na planta da fazenda pode ser observado o espaço designado para a produção de cachaça, a começar pelo próprio prédio do engenho, dividido em três partes: moenda, alambique e o depósito de envelhecimento (figura 30). Os materiais utilizados na sua construção são os mais diversos, mesclando materiais e técnicas antigas e contemporâneas como concreto, tijolos e telhas de barro. Sua implantação foi posicionada de forma a receber a água trazida por uma canaleta em pedra. Atualmente, em razão do baixo estoque de mananciais, não existe volume suficiente para tocar a roda de ferro que gerava a força motriz para os engenhos de cana e de café, situados um em cada lado. À sua esquerda funciona a moenda, acionada agora por dois motores elétricos. Na outra lateral fica o depósito de envelhecimento (INSTITUTO CIDADE VIVA, 2007, p. 4).

Figura 30: Representação gráfica da Fazenda Santo Antônio da Cachoeira.



Fonte: Inventário das Fazendas do Vale do Paraíba Fluminense (2007, p. 15).

A Família Grecco chegou em Vassouras em 1891, formada pelo casal Agnelo Grecco e Maria Raphaela Martuchelli. Agnelo, que ficou conhecido por Daniel, possuía um mercado chamado Mercado Oriente onde se vendiam secos e molhados, produzia e comercializava cachaça. Em 1930, com uma produção de 12.000 litros de cachaça por ano, os descendentes de Agnelo foram buscar a certificação, hoje equivalente à certificação “ISO”. A sede do Instituto Monitor estava localizada no Rio Grande do Sul, e representava o International Academic Union, dos Estados Unidos da América. A certificação do instituto comprova a qualidade do produto a ser exportado (ALMEIDA, 2000).

Na cidade, a produção da cachaça remonta ao período Imperial, e atualmente, mantém-se como polo de produção do estado do Rio de Janeiro produzindo cachaça para o consumo interno e exportação. Os produtores de cachaça de Vassouras possuem certificados e licenças ambientais, além de premiações nacionais e internacionais. Vassouras hoje conta com três produtores: Magnífica, a mais antiga da cidade; União Carvalheira e a Kana Karam, recente na produção da cachaça artesanal.

Neste contexto, Cascudo (2006) estabelece a importância da cachaça para a sociedade brasileira a partir das diversas esferas sociais e tempos, sendo o primeiro a escrever um livro com esse propósito:

[...] a cachaça, nascida possivelmente no século XV, sem nobreza, acesso palaciano, intimidade com gênios literários e musicais, teve seu ingresso vedado pela etiqueta às residências de espanto e bares de “Grande Hotel”, recomendado ao turismo. (CASCUDO, 2006 p. 86)

[...] a cachaça testemunhou os movimentos de organização operária no início do Novecentos, caminhou na Coluna Prestes (1924-6), foi ícone na Semana de Arte Moderna de 1922, ilustrou as histórias da Velha República, foi, novamente, tomada com pólvora na Revolução Constitucionalista de 1932, acompanha os próceres e os opositores do Estado Novo (CÂMARA 2004 *apud* AVELAR, 2009, p. 3).

O consumo da cachaça, antes dominado pelas classes menos favorecidas, mudou de cenário a partir do incremento da qualidade e o aumento da precificação. Com um produto de melhor qualidade, seguindo controles de qualidade com certificações, a cachaça buscou também melhoria na imagem percebida com a utilização de embalagens diferenciadas.

A cachaça artesanal é fabricada em alambiques e produzida em pequenos volumes. Ao contrário das indústrias, na maioria das vezes, os engenhos possuem a sua própria roça de cana-de-açúcar cuja produção é toda empregada na fabricação da bebida (SEBRAE, 2019, p. 9).

As etapas de processamento na produção da cachaça artesanal iniciam no momento da colheita da matéria-prima, passando pelo carregamento/transporte, descarregamento, recepção, moagem, filtração, fermentação, destilação e, envasamento, podendo ocorrer o envelhecimento.

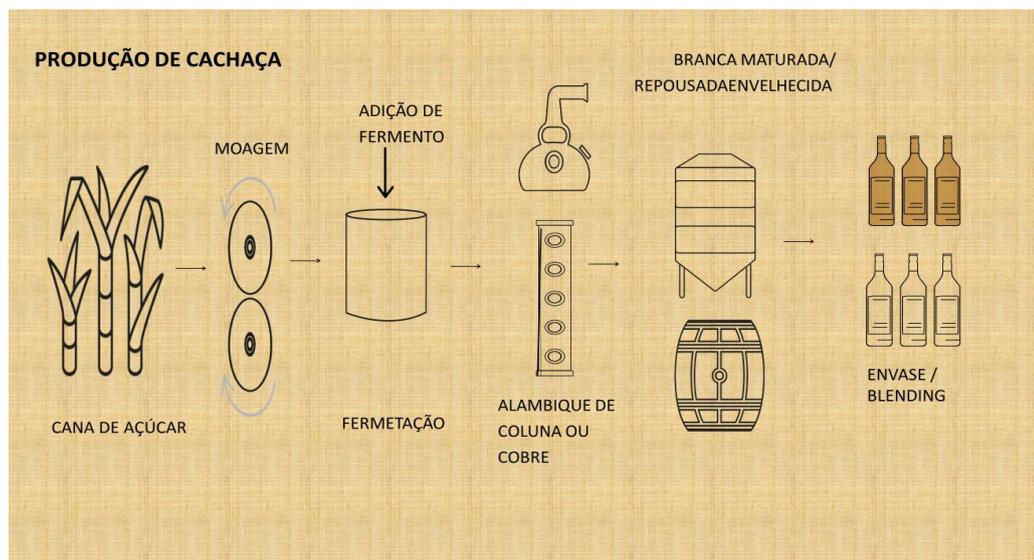
Na fabricação da cachaça artesanal não entram elementos químicos artificiais, agressivos, estranhos ao universo da cana-de-açúcar que possam modificar os caminhos para a produção natural da cachaça.

Segundo Câmara (2004), existe quatro tipos de cachaça artesanal: a pinga nova (com até três meses de descanso), a envelhecida (no mínimo um ano em tonel de madeira), a matizada (mistura da cachaça nova com a envelhecida) e a reserva especial (no mínimo 3 anos em tonel de madeira).

A cachaça chega ao século XXI trazendo as etapas básicas de produção: Seleção da matéria-prima; moagem da cana de açúcar; Filtração e decantação; Preparação do mosto;

Fermentação; Destilação e o Envelhecimento (figura 31). Para garantir a qualidade da cachaça vários fatores são relevantes, tais como o tipo de cana, a época da colheita, o processo de moagem, o tempo e os ingredientes da fermentação, o processo de destilação e a madeira dos tonéis de envelhecimento.

Figura 31: Processo de produção de cachaça de alambique



Fonte: Adaptado pelo autor de Vilela (2005, p. 18).

- **Seleção da matéria-prima**

O tempo da colheita pode ir de maio a dezembro, quando a cana atinge o ápice de maturação com brix¹⁸ (Hamerski, 2010, p.31) entre 18-24°. Para estender o período de produção da cachaça, muitos produtores cultivam três variedades de cana com diferentes períodos de maturação: a precoce, colhida em maio e junho; a média, colhida entre julho, agosto e setembro; e a tardia, colhida entre outubro, novembro e dezembro (GUIDOLIN; BASTOS, 2014, p. 4).

- **Moagem da cana**

Após a colheita, a cana deve ser armazenada longe da luz solar e de calor para evitar a proliferação de bactérias que podem prejudicar a qualidade da cachaça. Nas primeiras 24 horas após a colheita, a garapa é extraída em moendas de diferentes tamanhos, eficiências e potências, separando o barço do caldo (GUIDOLIN; BASTOS, 2014, p. 4).

- **Filtração e decantação**

O caldo extraído nas moendas ainda contém impurezas como bagacilhos, terra e areia que não foram retiradas na pré-limpeza. A limpeza do caldo é feita através da filtração seguido

¹⁸ O °Brix é a porcentagem de sólidos solúveis dissolvidos no caldo bruto da cana. Ou seja, é a porcentagem de sacarose, glicose, frutose e outros compostos não açúcares como aminoácidos, gorduras, ceras e minerais que são absorvidos pela cana durante seu processo de maturação.

da decantação. A função da primeira é separar as partículas maiores de bagaço arrastadas durante a moagem. As partículas sólidas, mais densas que sobram no caldo filtrado se deslocam para o fundo do recipiente pela decantação. A limpeza do caldo levado à fermentação reduz as chances de contaminações indesejáveis, melhorando a qualidade da fermentação. Além disso, facilita as operações de limpeza e a manutenção das dornas e do alambique. É no resultado dessa fase que se obtém o mosto, um caldo de cana com características consideradas adequadas para a boa fermentação (GUIDOLIN; BASTOS, 2014, p. 4).

- Preparação do mosto

Durante a fermentação, o açúcar e outros constituintes do mosto são metabolizados pelas leveduras, organismos capazes de produzir etanol, dióxido de carbono (CO₂) e diversos outros compostos secundários como: ácidos carboxílicos, metanol, ésteres, aldeídos e álcoois superiores que contribuem para a determinação das propriedades organolépticas da cachaça (GUIDOLIN; BASTOS, 2014, p. 5).

- Fermentação

Depois de formado o pé-de-cuba, com a cultura de leveduras bem desenvolvida, o caldo de cana com brix 15° é adicionado aos tanques de fermentação. Em ambiente sem oxigênio, com pH entre 4,0-4,5 e temperaturas que variam entre 28-32°C, as leveduras podem começar a transformar os açúcares em vinho de cana. Na produção da cachaça artesanal, o processo dura de 14 a 24 horas e deve ser natural, sem adição de compostos químicos para eliminar bactérias indesejadas ou acelerar a atividade das leveduras. Quando as leveduras terminam de transformar todo o açúcar do mosto em álcool, o vinho de cana atinge um teor alcoólico que varia entre 7-12% (GUIDOLIN; BASTOS, 2014, p. 5).

- Destilação

A destilação consiste em aquecer o vinho de cana, aplicando calor direta ou indiretamente ao alambique. Como o ponto de ebulição do etanol (78°C) é menor que o da água (100°C), o álcool evapora, abandonando a água. Nesse processo, são também separados da água outros compostos como ésteres, aldeídos, cetonas, álcoois, ácidos e outras substâncias. Os vapores de todos esses compostos sobem pelo pescoço do alambique, onde são resfriados por serpentinas, nas quais corre água fria, e condensam, o que faz com que voltem à forma líquida (GUIDOLIN; BASTOS, 2014, p. 6).

- Envelhecimento

O envelhecimento (ou maturação) consiste na etapa final de elaboração da cachaça artesanal. Neste processo, a qualidade sensorial de bebidas nobres é aprimorada, pois as mesmas adquirem atributos desejáveis de cor, aroma e sabor típicos dos destilados de alta qualidade. A

modificação do aroma e do sabor da bebida envelhecida deve-se às alterações na composição e na concentração dos seus compostos químicos determinados pela extração de compostos da madeira; reações entre os compostos do destilado e da madeira; reação entre os componentes do destilado e evaporação dos compostos voláteis (GUIDOLIN; BASTOS, 2014, p. 6).

O processo de produção da cachaça artesanal envolve uma série de etapas sucessivas que devem ser seguidas para obter o controle de produção e a qualidade da bebida, o que não acontece na maioria dos alambiques brasileiros. Ainda assim, a cachaça de alambique apresenta uma qualidade sensorial superior às cachaças industriais devido, principalmente, ao aroma e ao sabor provenientes dos processos de fermentação e destilação realizados artesanalmente. O envelhecimento melhora a qualidade sensorial da bebida já que a maioria das cachaças artesanais é envelhecida em tonéis de madeira, pois esta confere à cachaça aroma e odores agradáveis ao consumidor.

Com relevância no cenário nacional de produção de cachaça artesanal, Vassouras tem como fato histórico o primeiro destilado das Américas, Silva (2020), tendo um papel significativo na maneira como o brasileiro aprecia a bebida, e para sua internacionalização. A cachaça vive um momento de expansão das fronteiras do país e do olhar dos brasileiros, deixando de ser um produto estigmatizado.

2.2 CACHAÇA: PATRIMONIO CULTURAL VASSOURENSE

A seguir, apresentaremos os três produtores de cachaça do município em ordem cronológica com informações resultantes de entrevistas e consultas em suas páginas comerciais na *internet*.

Magnífica de Faria

Em 1985, João Luiz de Faria se lançou numa aventura para resgatar a tradição de produzir cachaça de qualidade nas montanhas do Rio de Janeiro (figura 32), no limite dos Municípios de Miguel Pereira e Vassouras. Ele já conhecia o grande potencial do produto e estava comprometido com outros produtores e órgãos do setor a trabalhar pelo reconhecimento, valorização e qualificação da cachaça no então Programa Brasileiro da Cachaça (PBDAC) criado em 1997, e que deu origem ao Instituto Brasileiro da Cachaça (IBRAC) em 2006. Nesse ano, o Ministério da Agricultura criou a Câmara Setorial da Cadeia Produtiva da Cachaça, nomeando João Luiz de Faria como o primeiro presidente. A origem e registro do nome da marca está associada à esposa de João Luiz de Faria que na época era reitora de uma universidade carioca.

Toda a cana-de-açúcar utilizada para a produção da Cachaça Magnífica é oriunda da fazenda do Anil, propriedade de João Luiz de Faria, localizada a cerca de 110 km da cidade do Rio de Janeiro, e situada a uma altitude de 800m acima do nível do mar, numa região de clima excepcional com ar e água puríssimos.

Figura 32: João Luiz de Faria e as cachaças produzidas



Fonte: Site da Magnífica de Faria

Na internet, a página da Magnífica pode ser traduzida para o inglês e para o francês. A apresentação dos produtos é antecedida pelo slogan “A partir da mesma matéria prima chegamos a produtos bem diferentes graças a variadas técnicas de destilação e envelhecimento”. A frase, de fato, é uma síntese do que é e do que pode ser a cachaça a partir das variadas técnicas possíveis para a sua produção.

A tabela a seguir reúne as premiações mais relevantes da Magnífica.

Tabela 6: Premiações mais relevantes

PREMIAÇÕES E RECONHECIMENTO	
Premiação	Ano
1ª DO RIO, 6ª DO BRASIL – RANKING CÚPULA DA CACHAÇA	2020
BEST IN CLASS CACHAÇA TRADICIONAL PRATA – SHOWRUM TASTING COMPETITION – ITÁLIA	2019
BEST IN CLASS AGED CACHAÇA – SHOWRUM TASTING COMPETITION – ITÁLIA	2019, 2018, 2017 e 2016.
1ª DO RIO, 2ª DO BRASIL – RANKING CÚPULA DA CACHAÇA	2018
1ª DO RIO, 3ª DO BRASIL VIP – RANKING DA CACHAÇA	2015
1ª DO RIO, 2ª DO BRASIL – RANKING CÚPULA DA CACHAÇA	2014
TROFÉU OURO – I CONCURSO DE CACHAÇAS DO RIO DE JANEIRO	2012
1ª DO RIO, 2ª DO BRASIL – EXPOCACHAÇA S. PAULO	2011

Fonte: Elaboração própria

Em 2023, a Magnífica se lançou como uma propriedade aberta à visitação no intuito de atrair apreciadores interessados em conhecer a cadeia produtiva da cachaça, sua história e tradição. Atualmente, a visitação é realizada apenas para grupos pré-agendados, e dependendo do tamanho do grupo são servidos coquetel e almoço. Até o momento da redação desta dissertação, segundo informações apuradas com os sócios, a propriedade recebeu 500 visitantes.

Ao visitar a Magnífica constata-se que a propriedade está assentada num local de uma beleza natural que também tem potencial para agregar valor à visitação. No entanto, a localização pode ser um fator negativo para o empreendimento, considerando as condições de acesso que precisam ser melhoradas. Ao mesmo tempo, a propriedade carece de infraestrutura mais adequada para receber os visitantes, como estacionamento, banheiros, restaurante e loja de souvenirs, fatores que, inclusive, podem aumentar o tempo de visitação e consumo no local. Outra possibilidade para a Magnífica seria desenvolver novas atividades como cursos de produção de cachaça e degustações temáticas.

Em novembro de 2021, na abertura da IV Feira da Cachaça de Vassouras, João Luiz de Faria foi condecorado com a Medalha Tiradentes por meio de um projeto de autoria do deputado estadual Eurico Júnior. Segundo o autor do projeto, a Medalha é um reconhecimento do trabalho do empresário considerando que a Magnífica é um produto nacional exportado e reconhecido para diversos países. Segundo ele, a história do “João da Magnífica” é sinônimo de muita luta, profissionalismo, perseverança, talento, trabalho e sucesso. Além disso, o sucesso da Magnífica se traduziu também em novos empregos e renda para os moradores das cidades de Miguel Pereira, Paty do Alferes e Vassouras, já que a fazenda onde são produzidas suas premiadas cachaças e visitadas por turistas do Brasil e do exterior, está localizada na confluência dos três municípios. Assim, a história da Magnífica de Faria se confunde com a história da cachaça nos últimos 30 anos e está estreitamente associada à revolução pela qual passou o setor. Por mérito, João recebeu dezenas de homenagens ao longo de sua trajetória empresarial.¹⁹

União Carvalheira

Das três propriedades produtoras de cachaça, a União Carvalheira não forneceu nenhuma informação de forma direta, por meio de entrevista.

Seus sócios informaram apenas que a fazenda União Carvalheira, que produz a cachaça União Carvalheira (figura 33), destila artesanalmente 60 mil litros por ano. O alambique possui oito tonéis de carvalho para armazenamento e envelhecimento da pinga, confeccionada com fermento de milho. Todo o bagaço da cana acumulado é aproveitado como combustível dentro do próprio engenho. A propriedade está localizada no bairro Carvalheira, a 16 quilômetros do centro de Vassouras.

A União Carvalheira não possui um site próprio na *internet*, servindo-se de páginas em redes sociais e *e-commerce* para comunicar e vender seus produtos. Atualmente, a cachaça

¹⁹

<https://www.jornalregional.rio/jornalregional2/noticia/buscarNoticia;jsessionid=0ED3C8084A728FE876ABABE97F8EB4AE?id=6068>

Carvalheira Tradicional, 750 ml envelhecida em barris de carvalho é anunciada na *Amazon* por R\$ 179,90.

Figura 33: Cachaças produzidas



2

Fonte: Página da Cachaça União Carvalheira no Facebook.

A fazenda possui um restaurante, o Divino Fogão, que funciona de sexta-feira a domingo e feriados. Além de outras atrações como, passeio de pedalinho no lago, o Trenzinho da Estrada de Ferro União Carvalheira com percurso de 1 quilômetro com pausa para alimentar os coelhos. De modo geral, na página de avaliações do Google, a propriedade é elogiada pelos visitantes considerando o ambiente agradável, hospitalidade, a comida e a qualidade da cachaça.

Kana karam

Em 2018, Fabio Karam (figura 34) começou a produzir cachaça e cerveja artesanais, em Demétrio Ribeiro, distrito do município de Vassouras. Sua preocupação não se limitava, todavia, à qualidade da bebida, era mais do que isso, buscava uma atividade sustentável com impacto ambiental mínimo.

A cana é plantada na propriedade com adubação orgânica, ou seja, sem utilizar aditivos ou defensivos químicos. O corte da cana é feito com enxada rente à terra, para prevenir a proliferação de fungos e bactérias. O transporte da matéria prima é realizado em veículo exclusivo, procurando garantir uma possível contaminação da cana que precisa ser despontada, despalhada e lavada antes da moagem.

Ninguém entra no alambique durante o processo produtivo sem os equipamentos de proteção à produção. A caldeira é alimentada com o bagaço da cana, sendo, seu excedente

acrescido tanto à cinza produzida pela caldeira quanto ao vinhoto (subproduto gerado na produção de cachaça) utilizados na adubação do próprio canavial.

A cana tem um período de safra para a sua colheita que, geralmente, vai de junho a outubro, dependendo das chuvas, e é nesse período que ocorre a fabricação da cachaça. Nesse contexto, o produtor tinha um problema relacionado à ociosidade de seus empregados durante o resto do ano. A estratégia tomada para contornar o problema foi criar uma atividade que pudesse ser desenvolvida durante todo o ano, surgindo a ideia da fabricação de cerveja.

A visitação ao alambique é feita com agendamento prévio onde é vendido um *voucher* no valor de quarenta reais com direito a degustação de tudo o que for produzido no alambique e na cervejaria, sendo ainda realizada uma demonstração das práticas de sustentabilidade na fazenda.

A premiação mais significativa da Kana Karam foi a medalha de prata na *Expo Minas*, em 2020.

Figura 34: Pedro e Fabio Karam e as cachaças produzidas



Fonte: Página da Cachaçaria Kana Karam no Instagram.

A Kana Karam está localizada no bairro Demétrio Ribeiro a cerca de 13 quilômetros do centro de Vassouras, bem próxima ao rio Paraíba do Sul.

Além dos atrativos da visita à propriedade e da entrevista concedida pelos sócios foi importante notar que a empresa adota práticas ambientais como o cultivo orgânico da cana, o

uso de energia solar e a captação da água da chuva. Outro ponto positivo na propriedade é que os elogios dos visitantes são unânimes para a atenção e a hospitalidade dos funcionários e proprietários.

Por sua vez, as instalações destinadas à visitação ainda estão em construção o que pode, de certa forma, prejudicar a experiência dos visitantes. Ao mesmo tempo, a empresa ainda não tem uma divulgação ampla, o que pode limitar o número de visitantes.

Os pontos negativos também podem direcionar para o aprimoramento da atividade turística na propriedade como uma divulgação eficaz e o oferecimento de novas atividades, como a promoção de cursos de produção de cachaça e cerveja, por exemplo.

2.3 A FEIRA DA CACHAÇA

As feiras, enquanto um evento turístico, constituem-se como um importante facilitador na promoção e comercialização das destinações turísticas. Em um mesmo local podem ser encontradas diversas empresas do setor, facilitando assim, os intercâmbios comerciais. Segundo Silva (2012), as feiras têm por objetivo: fazer negócios, avaliar a concorrência e acompanhar o lançamento de novos produtos.

Durante as feiras, há a distribuição de produtos visando estimular o desejo das pessoas para conhecer o produto. A degustação de produtos gastronômicos e amostras do artesanato local, são iniciativas importantes para divulgação do núcleo receptor, ou seja, o lugar onde ocorre a oferta turística.

Para Giacaglia (2003), as feiras são organizadas quando se deseja atrair um grande público consumidor a um único lugar para lhe apresentar produtos e serviços de forma atraente e motivadora, tendo como objetivo à compra imediata. Participar de uma feira exige altos investimentos de deslocamento e divulgação, por exemplo. Mas, pode ser muito vantajoso para um produtor considerar a possibilidade de exposição da sua marca e de seus produtos para um grande público, num curto e intenso período (GIACAGLIA, 2003, p. 44).

As feiras setoriais (que representam uma cadeia produtiva) e multisetoriais (cadeias produtivas diversificadas), além de seu caráter comercial, empresarial, também podem representar a cultura e/ou os aspectos artísticos da região aos participantes vindos para o evento (ANSARAH, 2002).

A Feira da Cachaça foi criada em 2017 pelo vassourense José Luiz Júnior, atual subsecretário de Cultura do município de Vassouras, e realizada em 2017, 2018 e 2019 na Antiga Estação Ferroviária. Em 2020, o evento não foi realizado por conta da pandemia, mas

em 2021 aconteceu no Centro de Convenções Severino Sombra, voltando ao calendário de eventos da cidade.

A realização da Feira da Cachaça, ao lado do destaque das três cachaçarias da cidade, é outro indicador da relevância da cachaça para Vassouras. Em 2021, a 4ª edição da Feira da Cachaça de Vassouras foi o 2º maior evento da bebida no país. Houve destaque à Feira pela própria cidade, considerando que as três edições anteriores aconteceram na antiga Estação Ferroviária, num espaço bem menor que o Centro de Convenções Severino Sombra. O recém-inaugurado Centro de Convenções possui um salão climatizado de 2.000m² e dispõe de 400 vagas de estacionamento.

Em 2021 a Prefeitura Municipal de Vassouras realizou o evento através da Secretaria de Cultura, contando com a organização da Cafeína Produções Culturais e com os apoios institucionais da Universidade de Vassouras, do Instituto Brasileiro da Cachaça (IBRAC), da Confraria do Copo Furado e da Confraria da Lapada. Ao todo, foram representadas 45 marcas de cachaça de 10 estados do país, dentre elas de Minas Gerais e da Paraíba.

A estrutura e a dimensão da 4ª Feira mostraram como a cachaça é um produto forte em Vassouras e na região do Vale do Café, com potencial para se tornar um novo produto turístico, seja pela comercialização em si ou pela visita às fazendas e aos alambiques da região, fomentando o turismo cultural em suas várias expressões.

Além da exposição das cachaças, a 4ª feira contou com apresentações musicais e da cultura popular como a Caninha Verde e Folia de Reis. Também aconteceram palestras versando sobre turismo e cachaça e patrimônio cultural.

É importante ressaltar que a Secretaria de Estado de Turismo (Setur-RJ) e a Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro (TurisRio) apoiaram a realização da V Feira da Cachaça, além do II Encontro Nacional de Colecionadores de Cachaça e Apreciadores que aconteceu na região Turística Vale do Café em Vassouras

Em novembro de 2022, pós-período pandêmico, a 5ª Feira da Cachaça de Vassouras teve um público de aproximado de 15 mil participantes, segundo dados da Secretaria Municipal de Segurança Pública e Defesa Civil, durante os três dias de evento, contando com uma programação musical diversificada, além de palestras do interesse de produtores e apreciadores de cachaça.

No anexo 1, registra-se o *folder* da V Feira da Cachaça de Vassouras ocorrida em novembro de 2022. Além das atividades culturais, pessoas envolvidas com o tema da cachaça fizeram comunicações e palestras gratuitas e abertas ao público em geral.

A doutoranda Karla Cristina Cardoso Morais, que pesquisa sobre o envelhecimento das cachaças em madeiras brasileiras com o uso Ressonância Magnética Nuclear de H e C falou a respeito das formas de se degustar o produto.

Por sua vez, Leandro Marelli palestrou sobre a Legalização de Alambiques, assunto pertinente tendo em vista que alguns produtores da região não são legalizados.

Vivian Lacerda, docente do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro, especialista em marketing fez a comunicação que teve por título “Cachaça e Marketing: uma conexão que dá gosto!”

Por fim, eu tive a oportunidade de abordar o tema da dissertação, destacado a cachaça como um elemento potencial para o desenvolvimento turístico.

A programação da feira demonstra uma mobilização por um evento diverso, plural e informativo, dedicado a promover os empreendimentos e a fornecer subsídios para a consolidação do ramo na cidade e na região. Considerando a diversidade da programação e dos expositores, bem como o trânsito das pessoas interessadas na cachaça na programação cultural e nas palestras, pode-se dizer que o evento foi um sucesso de público e crítica, colocando a cidade de Vassouras no calendário nacional das feiras setoriais.

A seguir, avaliaremos o potencial da cachaça como patrimônio cultural e como um atrativo turístico para a cidade de Vassouras, bem como promover reflexões sobre o melhor aproveitamento desse potencial no Turismo por meio de uma roteirização.

CAPÍTULO III

UM ATRATIVO POTENCIAL DE VASSOURAS: A CACHAÇA

*Meu verso é minha consolação.
Meu verso é minha cachaça.
Todo mundo tem sua cachaça.
Para beber, copo de cristal,
canequinha de folha-de-flandres,
folha de taioba, pouco importa: tudo serve.*
Carlos Drummond de Andrade ²⁰

3.1 - AVALIANDO O POTENCIAL DA CACHAÇA PARA O MUNICÍPIO

Ao longo do trabalho, demonstrou-se que a cachaça se mistura com a história do Vale do Paraíba, e faz parte da sociedade, cultura, economia e política de Vassouras. O turismo (de massa) surge como uma prática social importante após o último quarto do século XX e Vassouras se torna um destino turístico consolidado, possuindo uma gama de elementos da oferta turística que a tornam um produto da região turística do Vale do Café. Neste contexto, a cachaça tem todas as condições de se tornar um importante atrativo vassourense.

A pesquisa também realizou uma série de entrevistas e conversas com pessoas envolvidas na realização da Feira da Cachaça e pessoas engajadas na atividade turística na região do Vale do Café, além de visitantes e turistas. Os temas considerados nas perguntas tinham como interesse compreender a importância da cachaça como patrimônio do Vale do Café e de Vassouras; da atividade turística para o poder público, o *trade* do município e da Feira da cachaça como grande indutora de recursos financeiros, bem como o potencial da cachaça como patrimônio cultural como um atrativo turístico na cidade.

Essa etapa foi fundamental tendo em vista seu teor empírico-aplicado e foi dividida em três eixos: entrevistas com visitantes e turistas; entrevistas com os produtores de cachaça que fizeram a exposição de seus produtos nas duas últimas edições da feira (2021 e 2022) e

²⁰ Poeta, farmacêutico, contista e cronista brasileiro, considerado o mais influente poeta brasileiro do século XX.

entrevista com o idealizador do evento. A primeira etapa visou avaliar como forma indireta como os turistas percebem a relevância da cachaça durante sua estadia em Vassouras, aferindo ainda se tinham informação sobre a cachaça como patrimônio/atrativo local. As entrevistas visaram avaliar a situação atual e perspectivas futuras da cachaça enquanto um dos atrativos do município.

Foram realizadas entrevistas com 35 visitantes e turistas através de formulários *Google Forms*. Os respondentes não participaram da Feira da Cachaça, foram abordados em outros momentos de visita à cidade.

Os visitantes ocupavam a faixa etária entre 28 a 53 anos, visitaram a cidade, em primeiro lugar, motivados pela história da Vassouras. O interesse pelo patrimônio cultural, feiras e eventos e o contato com a natureza foram aspectos considerados em seguida. A hospitalidade foi avaliada como boa por 25 respondentes.

Dos 35 visitantes/turistas, 26 avaliaram a estadia na cidade boa e 09 consideraram ótima. Quanto à infraestrutura, 23 julgaram como boa, 7 como regular e 5 avaliaram como ótima. Quando perguntadas se consumiram algum produto artesanal produzido na cidade, 22 pessoas disseram que sim, as outras 13 disseram que não. Dentre os entrevistados, 15 não sabiam que a cidade se destaca no cenário nacional em virtude da produção de cachaça enquanto 19 sabiam. A maioria dos respondentes, 18, não consumiu nenhuma cachaça na cidade. Os que consumiram avaliaram os produtos como excelentes.

A amostragem permitiu inferir que o produto precisa ser bem divulgado na cidade para seus turistas e visitantes. Bem como nas agências de turismo e peças publicitárias. Há nove anos, o então secretário de Turismo do Estado do Rio de Janeiro, Claudio Magnavita já considerava o potencial turístico da cachaça para a região do Vale do Café. Sobre isso, ele disse:

Trata-se de uma receita muito importante para o nosso estado. Hoje, os produtores de cachaça atuam de forma isolada. Com o polo, vamos ajudá-los a organizar um roteiro, que será comercializado por agências de turismo e que vai contar com guias locais que acompanharão os turistas nas visitas, com direito à degustação das cachaças (MAGNAVITA, Claudio. Mapa da Cachaça, 2004).

De fato, a experiência de produtores locais de Minas Gerais aponta que este é o caminho. Produtores locais, como José Maria Santana Júnior, da Cachaçaria Guaraciaba, na Zona da Mata mineira, abrem suas propriedades para os turistas incrementando o empreendimento a partir da visitação e venda de produtos no local. Segundo José Maria, a propriedade recebe cerca de 300 visitantes anuais interessados na produção da bebida.

Outra iniciativa mineira é o *Cachaçatur*, roteiro de bares e restaurantes que visam apresentar a bebida típica mineira na capital do estado, Belo Horizonte. Lançado em 2010 pela prefeitura da cidade, por meio da Belotur em parceria com instituições e empresas, o projeto tem foco especialmente no turista de negócio que vai à capital mineira. (Mapa da Cachaça, 2004).

A iniciativa da realização da Feira da Cachaça caminha na direção da valorização do produto, principalmente, em Vassouras. A Feira, que aconteceu em 2021, reuniu mais de 45 expositores de marcas de cachaça premiadas em todo o país. Foram entrevistados 17 expositores que estiveram presentes objetivando divulgar suas marcas, realizar novos negócios a partir de conexões feitas na própria feira e captar novos clientes.

As feiras realizadas em 2021 e em 2022 aconteceram no Centro de Convenções Severino Sombra. Dos respondentes, 16 afirmaram que a infraestrutura do local é excelente. Como falado anteriormente, o centro é localizado no centro da cidade, possui internet e rede *Wi-Fi*, possui um salão climatizado com 2.000 m² e um estacionamento que dispõe de 400 vagas.

Dezesseis expositores consideraram a feira como uma ótima oportunidade para consolidar e divulgar a própria marca e todos consideraram renovar a participação no evento no ano seguinte, em 2022.

Quanto à divulgação do evento, 9 dos entrevistados consideraram regular e 8 boa, revelando que o evento precisa investir um pouco mais nas frentes de marketing.

Dos expositores entrevistados, 9 são do Sudeste, 3 do Nordeste e 3 do Sul e 2 da região Centro-Oeste. A Cachaçaria Pereirinha, de Mar da Hespanha, Minas Gerais, esteve presente na feira. Um negócio familiar iniciado em 1963 tem hoje relevante reconhecimento no mercado. Com suas cachaças produzidas em alambiques de cobre, a cachaçaria ganhou uma medalha de prata e outra de ouro, em 2023, no *Spirit Section CMB* e no *Spirits CVDB*. Em 2021, seus sócios declararam que a participação da feira rendeu boas experiências, trocas de conhecimento e novos aprendizados acerca do mercado. Por sua vez, Emerson Caldeira, proprietário da Cachaça Divina de Minas destacou a importância das feiras para troca de conhecimento e formação de uma rede de trabalho. Além disso, Emerson destacou a organização e a recepção da feira, um diferencial para ele, em relação aos demais eventos que participou.

José Luís Júnior é subsecretário de Cultura da cidade de Vassouras e idealizador da Feira da Cachaça. Segundo ele, o principal objetivo da feira é valorizar a cachaça como um produto legitimamente brasileiro e que agregue valor ao turismo. A ideia é promovê-la, e junto com isso, promover Vassouras e a região.

José Luís Junior, disse ainda, que a feira tem sido bem-sucedida no alcance dos seus objetivos. Ela já é um evento com abrangência nacional, atraindo expositores de vários estados e regiões do Brasil. Ele esclarece que o sucesso da feira, considerando o número de expositores, está associado à articulação com órgãos importantes como o Instituto Brasileiro da Cachaça (IBRAC), a Associação Nacional dos Produtores de Cachaça Artesanal (ANPAC). Eu fiz contato com o Sebrae, com o Ministério da Agricultura e com outras instituições que nos ajudaram também a transformar a feira em um evento de abrangência nacional. Ao mesmo tempo, a Feira contou com a curadoria de Claudio Malucelli, colecionador e referência em cachaça na cidade, atuou no contato direto com os produtores, articulando a participação de outros estados e de marcas consagradas de cachaças de todo o país.

A Feira da Cachaça de Vassouras não é apenas um evento comercial. Existe uma programação chamada por José Luís Júnior de “programação pedagógica” que reúne uma série de especialistas que palestram durante o evento sobre o produto. Temas como a cachaça e turismo, a história da cachaça, o panorama do produto na economia nacional e a importância dela na região e no Brasil são exemplos dos temas abordados. Em 2022, por exemplo, houve uma comunicação a respeito das boas práticas de fabricação, da legislação e da importância do registro nas instâncias regulatórias. Para 2023, está prevista uma palestra a respeito do avanço tecnológico na produção por meio da inserção de *chips* de madeira nas garrafas, um tema polêmico no meio. Além de temas específicos para produtores, em 2023, pretende-se abordar temas voltados para pessoas que queiram ingressar nesse universo. Segundo o idealizador:

porque cachaça é muito popular, todo mundo imagina o que sabe o que é, o senso comum sabe o que é. Mas a gente precisa aprender a tratar isso com um produto nobre, diferenciado, assim como o *whisky* é tratado na Inglaterra, na Escócia, assim como o vinho é tratado na Espanha, na Itália, em Portugal e na França, especificamente, mas, enfim, assim como outros, o pisco na Bolívia, enfim, a *Vodka* na Rússia, a cachaça precisa ser o destilado brasileiro do mundo. Esse é o objetivo da programação deste ano, estimular o cara (sic) comum a beber cachaça entendendo que é um produto diferenciado e que não é coisa de “bebum” (sic), a gente tem até várias ações para mudar um pouco esse tipo de pensamento negativo em relação a cachaça, que infelizmente está no senso comum.

José Luís Junior destacou em sua fala que Feira da Cachaça de Vassouras é um evento importante para o município de Vassouras e para a região. Segundo ele, a feira contribui para a valorização da cachaça como um produto legitimamente brasileiro e para a promoção do turismo na região. A feira também ajuda a consolidar a cachaça produzida em Vassouras, contribuindo para a valorização do produto e do município.

Quando perguntado a respeito da motivação para a criação da Feira, ele destacou que observou uma necessidade da região de ter um evento associado a um produto histórico para além do café. A cachaça era cultivada aqui antes do café, a cana de açúcar era cultivada inclusive no Vale do Café antes do café, já no fim do ciclo, mas foi cultivada. Atualmente, existem marcas importantes na região, como a Werneck (de Rio das Flores), Santa Rosa (de Valença) Magnífica, Carvalheira, Cachaça Kana Karam (de Vassouras) e a Pindorama (de Engenheiro Paulo de Frontin). Era necessário um evento como a feira, dedicada especificamente a esse produto que é tão importante no Brasil, principalmente no estado de Minas Gerais e no Nordeste, mas que também é importante no estado do Rio de Janeiro. Ao mesmo tempo, houve o interesse em aproveitar o potencial turístico da cidade para fazer um evento com um produto que tivesse relação com a identidade também do município.

O subsecretário também explicou a respeito da captação de recursos para a realização da Feira. Inicialmente, era só por meio do apoio de produtores nas primeiras edições. A partir de 2021, houve o aporte da prefeitura, mas não com recurso direto, e sim com pessoal, apoio em peças de marketing, transporte, hospedagem e alimentação de palestrantes. Em 2022, foram captados recursos através da Lei de Incentivo ao Estado do Rio de Janeiro. Este ano, existe uma mobilização com vistas a negociar com patrocinadores maiores que recolhem também o ICMS.

A respeito das ações de marketing em relação à realização de 2023, também foi informado que a Feira irá contar com a assessoria de imprensa do Bayard Do Coutto Boiteux, presidente de honra da Associação dos Embaixadores do Turismo do Rio. Também haverá a participação na campanha de uma engarrafadora de água mineral, implementando a marca “cachaça não é água não”, afixada em ônibus, *ubers* e *táxis*. A ideia é promover a feira e difundir uma campanha educativa no estilo “se beber, não dirija”.

O entrevistado também comentou sobre algumas ideias para o futuro da Feira como a realização de concurso de *drinks* para atrair um público mais jovem. Ao mesmo tempo, pensa em fazer uma homenagem ao mestre Derivan Ferreira de Souza e criar um selo para avaliar as melhores cachaças de cada ano.

O entrevistado está otimista com o futuro da Feira. Ele acredita que o evento tem potencial para se tornar o maior evento de cachaça do Brasil depois da *Expo Cachaça*.

A fala de José Luís Junior confirma o entendimento que buscamos com este trabalho porque considera a Feira como uma frente importante para diversificar o calendário turístico cultural, para além da história do café. O evento diversifica o calendário, tem potencial para atrair mais turistas, incentiva novos produtores e ainda incrementa a economia.

As entrevistas demonstraram que os turistas e visitantes já se deslocam para a cidade motivados pelo patrimônio cultural e pela história da cidade. Nesse sentido, fica claro o potencial da cachaça, seja pelo consumo do produto propriamente dito; seja pela possibilidade de visitação às propriedades, para se tornar um atrativo turístico capaz de incrementar a economia da cidade.

3.2 A ATIVIDADE TURÍSTICA E A PRODUÇÃO DE CACHAÇA EM VASSOURAS PELO OLHAR DOS MORADORES

Ouvir o morador é uma etapa fundamental do planejamento turístico, principalmente, ao considerar o que se denomina “turismo responsável”. O turismo responsável pode ser definido como o ato de assumir a responsabilidade com base em princípios éticos que contemplem os aspectos sociais, econômicos e ambientais de uma determinada localidade (NASCIMENTO; LANZARINI, 2023).

Ao mesmo tempo, levando-se em consideração os Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável, das Organizações das Nações Unidas (ONU), pode-se considerar que a atividade turística para impactar positivamente a vida dos moradores da cidade precisa considerar as pessoas, a região e a prosperidade.

A partir dessas considerações, se propõe uma reflexão acerca do olhar dos moradores vassourenses sobre a atividade turística na cidade e sobre a produção de cachaça. Foram entrevistados cinco moradores da cidade, dos quais 2 homens e 4 mulheres. Todas as perguntas foram abertas, buscando respostas espontâneas dos entrevistados. O primeiro conjunto de perguntas foi direcionado a saber sobre as percepções do entrevistado acerca do turismo e o segundo destinado a saber o conhecimento sobre a produção de cachaça na cidade.

O morador 1, servidor público, quando perguntado sobre sua percepção a respeito do turismo na cidade, respondeu que o turismo é pouco explorado na cidade e poderia gerar mais renda e emprego para os vassourenses. Ele identificou no turismo um grande potencial para o desenvolvimento econômico, principalmente, considerando a história e a cultura regional.

Em simultâneo, ele considerou que os impactos negativos da atividade para a cidade são baixos justamente por não ser uma atividade em amplo desenvolvimento. Não se observa em Vassouras a poluição, a insegurança pública ou trânsito congestionado. Ele citou o exemplo dos jogos universitários (promovidos por estudantes da Universidade de Vassouras) realizados de duas ou três vezes no ano que congestionam e impactam na limpeza urbana da cidade. Por sua

vez, a geração de emprego e renda e a troca de experiência são destacados como pontos positivos da atividade.

Segundo o morador 1, há muito o que se melhorar em relação ao turismo. Ele destacou a necessidade de políticas públicas destinadas a fomentar a atividade. Em primeiro lugar, uma política educacional voltada aos moradores para que tenham consciência da relevância da atividade. Ele também sugere a promoção de eventos ao público com maior poder aquisitivo disposto a consumir na cidade. O morador 1 também sinalizou que, atualmente, turismo é uma pasta dividida com a secretaria de desenvolvimento econômico e a função é desempenhada pelo prefeito, acumulando funções. Segundo ele, esse é um indício de que a cidade carece de engajamento político no desenvolvimento da atividade.

Especificamente em relação a produção da cachaça na cidade, o morador 1 declarou que já participou de eventos na cidade e conhece alguns dos produtores. Mas não sabe da relevância da produção no cenário nacional e internacional. Ao mesmo tempo, a produção e o produto não chamam a atenção do morador, de forma que a cidade não é envolvida com a atividade.

O morador 2 é arquiteto. Ele disse que seria difícil responder sobre sua visão a respeito do turismo na cidade em função dos seus pontos de vista. Considera que a cidade tem um potencial que ainda não foi devidamente aproveitado. Para o morador 1, as pessoas, organizações e até mesmo o poder público chegam a sugerir ideias, mas não chegam a implementá-las de fato. Ele compara a cidade aos locais que possuem praia, no sentido de que a praia por si só, já funciona como um atrativo para os turistas, o que não acontece numa cidade como Vassouras. A cidade carece de um incentivo, de atividades capazes de reunir o patrimônio cultural (formado pelo centro histórico, pelas fazendas históricas e centros culturais) para atrair os turistas. Segundo ainda sua percepção, esses atrativos são utilizados de forma isolada, sem uma comunicação eficiente. Em suas palavras:

Em Vassouras, eu vejo que isso é meio perdido, o turista fica meio perdido, ele está na cidade, mas ele sabe que tem as fazendas e não tem uma orientação para ele de como aproveitar melhor ou como sugerir um cronograma para ele que ele pode ver uma experiência.

De forma pragmática, o morador 2, considera a movimentação econômica como um ponto positivo para a cidade. Ele pontuou sobre o aspecto universitário da cidade. A Universidade de Vassouras tem alunos oriundos de outras cidades e Estados, estudando, principalmente, cursos da área da saúde. São alunos com certo poder aquisitivo e que, de certa forma, contribuem muito para o desenvolvimento econômico da cidade por um determinado tempo. Mas no seu ponto de vista, a cidade perde por não investir no potencial turístico. De acordo com ele, o turismo deveria ser o carro-chefe da economia da cidade, não a Universidade.

O morador 2 também falou a respeito da imagem da cidade. Como as pessoas conhecem Vassouras?

Por exemplo, eu nunca fui em Itú, mas eu sei que Itú tem as coisas que são grandes, tudo em Itú é exagerado. Eu não sei se as pessoas que ouvem falar de vassouras têm uma ideia sobre o que é vassouras ou o que tem vassouras, como as pessoas têm em Itú, por exemplo. Isso pode parecer besteira, mas você ter uma ideia de cidade que já está na cabeça das pessoas, isso ajuda muito na vontade da pessoa querer estar naquela cidade em algum momento da vida dela ou planejar fazer turismo naquela cidade.

Ele atribui o desconhecimento do turista em geral a respeito da cidade à falta de um alinhamento entre o poder público e a sociedade civil na divulgação da cidade. Pelo que percebe, o turista que decide viajar para Vassouras não tem informações materiais sobre a cidade e esse é um aspecto negativo. Além disso, a ausência de um planejamento pode causar problemas na cidade, como o uso inadequado dos equipamentos públicos.

A respeito da cachaça, o morador 2 declarou que conhece a relevância do produto e lamenta que não seja relacionado à cidade, que o turista e mesmo os moradores desconhecem isso:

Eu não consigo perceber muito essa questão da cachaça na cidade, se eu chego hoje na rodoviária de Vassouras, sou um turista que vim de alguma cidade grande e quero conhecer a cidade, chego na rodoviária, vou andando da rodoviária até a praça principal de Vassouras, passo pelo centro da cidade de Vassouras, existe algum indicativo de que Vassouras tem uma produção relevante de cachaça nesse meu percurso? Existe algum ponto turístico que me informe isso? Existe alguma fazenda que eu eventualmente vá visitar que me informe que Vassouras é uma produtora relevante de cachaça? Onde é que tem essa informação para mim em todo o meu percurso ou no centro da cidade? Existe alguma informação?

As reflexões levantadas pelo morador 2 são pertinentes, considerando o conhecimento dele a respeito da locomoção na cidade e da propaganda turística disponível. Ele destaca que tem conhecimento da produção por conta dos contatos, mas considera que não seja evidente para o turista. Nesse sentido, segundo o entrevistado, fica difícil de imaginar que a cidade esteja relacionada ao produto.

Segundo a moradora 1, arquiteta, o turismo na cidade ainda está concentrado em poucas mãos que acabam privilegiando a venda da cidade pelo viés da história das classes dominantes. Ela também identifica que Vassouras carece de serviços de qualidade, como transporte e alimentação. Ela entende a visibilidade, a valorização da cultura regional e a geração de renda como impactos positivos da atividade. De acordo com ela, dependendo da maneira como a atividade é realizada, se mantém o estigma de cidade escravocrata, o que ainda existe, segundo sua constatação.

A moradora 1 considera que os serviços ofertados, como restaurantes, programação cultural e lojas precisam ser mais bem qualificados. Ao mesmo tempo, ela observa a necessidade de se investir numa conscientização para um olhar crítico da história da cidade.

Quando perguntada a respeito da produção de cachaça, ela respondeu que tem conhecimento acerca da relevância no cenário nacional, mas não observa um envolvimento dos moradores com a produção. Os eventos são pontuais e não envolvem a população. Como não conhecem a relevância do produto, ela observa que não existe um sentimento de orgulho em relação a isso. Aliás, a entrevista pontua que não observa entre os moradores um sentimento de pertencimento em relação à cidade.

A moradora 2 trabalha como feirante, vende temperos em conserva na Feira do Produtor que acontece todas as manhãs de domingo, ao lado da antiga estação ferroviária. Considera-se por bem identificá-la com mais detalhes porque, dentre os entrevistados, em função das suas atividades, ela é a quem mais tem contato com os turistas que visitam Vassouras. A Feira também é um atrativo, reunindo moradores e turistas em torno do consumo dos produtos locais.

Segundo ela, a cidade vem se destacando muito e é visível o crescimento do turismo que fortalece a economia e o empreendedorismo local. Ela não consegue observar pontos negativos na atividade até o momento. A moradora 2 considera que o turismo pode ser aprimorado com o desenvolvimento de eventos e atividades com mais frequência na cidade, num calendário que contemple todos os fins de semana. Ela sugere também que esse calendário possua atividades acontecendo em diferentes locais, promovendo mais ostensiva ocupação dos pontos turísticos, como o Mirante, a Praça da Matriz (Praça Barão do Campo Belo) e o Calçadão do Paqueras.

Ao ser perguntada sobre a produção da cachaça e sua importância, ela demonstrou-se surpresa. Apesar de não conhecer a produção da cidade, sabe da realização da feira que acreditava estar na “segunda, terceira edição”. Ela acredita que “antigamente” havia um orgulho e mais conhecimento a respeito da cachaça na cidade. Seu pai falava sobre a cachaça Cachoeira.

A terceira moradora é cantora. Ela avalia os estímulos econômicos oriundo do turismo como positivo, gerando renda para diversos profissionais e oportunidades de negócio. Ela avalia o leque de oportunidades em função do turismo: rede hoteleira, restaurantes, lojas diversas, guias turísticos, artesãos etc. Também destaca a promoção cultural, as iniciativas de preservação e restauro dos prédios históricos do Centro e as tradições regionais.

Para ela, a economia local é beneficiada pelo turismo e a cultura também, já que os turistas trazem uma perspectiva diferente. Segundo ela, os turistas procuram a cidade porque ouviram falar ou porque conhecem a história, pesquisaram e trazem seus pontos de vista.

Quando o assunto se referiu aos pontos de melhoria na cidade, ela destacou que as atividades culturais precisam de mais incentivo. Principalmente as atividades regionais, como o jongo e a capoeira.

Ela declarou que desconhecia o papel da cidade na produção de cachaça no cenário nacional, embora conhecesse os produtores do ramo e a própria Feira da Cachaça.

A última entrevistada, a moradora 4, é professora e roteirista. Na sua percepção, não há turismo consolidado na cidade, considerando a inexistência de uma programação específica para recepcioná-los. O que ela observa é “apenas uma concentração de pessoas ao redor da praça, vão à Câmara Municipal e dão uma passada pela antiga Estação”. Em outros ambientes, não existe turismo em Vassouras.

A moradora 4 também considera a geração de emprego e renda como um aspecto positivo da cidade. Inclusive, pontua que determinados estabelecimentos poderiam contratar mais funcionários, ampliando a oferta de emprego na cidade. Como lembrado pelo morador 1, ela mencionou como ponto negativo o desordenamento em razão da realização dos jogos estudantis que, muitas das vezes, afastam outros turistas na época da realização dos jogos.

Quando perguntada a respeito das melhorias em relação à atividade, ela destacou a importância do investimento em treinamento dos comerciantes e seus funcionários para que possam entender o que é o turismo e de que maneira recepcionar um turista. Ela também sugeriu a criação de atividades e roteiros diferenciados que contemplem as histórias da cidade para que os turistas permaneçam no Centro de Vassouras. Na sua avaliação, a maioria é conduzida numa visita superficial em volta da praça com um guia, almoçam e vão para as fazendas. A disponibilidade de atrativos culturais como peças de teatro, lugares de degustação das cachaças e produtos da região poderiam suprir a carência de atrativos no local.

Outra questão relevante apontada por ela foi a necessidade dos restaurantes valorizarem a culinária da região, já que os turistas viajam em busca de experiências diferenciadas. Em suas palavras: “O turista quer se alimentar de histórias e sensações que não experimentam no seu dia a dia.”

Ela demonstrou conhecimento a respeito da produção de cachaça, mas avalia que a cidade não é envolvida com a cachaça: “Infelizmente, a maioria das pessoas não sabem falar sobre o assunto.” Ela finalizou sua fala considerando que o turismo deveria ser ensinado nas escolas, já que Vassouras é uma cidade turística. As crianças precisam saber e se apropriar da história da cidade delas.

Conhecer a percepção do morador a respeito do turismo, suas avaliações e sugestões para correção e incremento da atividade, é importante para promover políticas públicas que

contemplem um desenvolvimento sustentável da atividade e da própria cidade (BALDISSERA; BAHL, 2012). Principalmente, ao se considerar que a atividade gera impactos econômicos e sociais no lugar, a exemplo dos jogos universitários citados por dois dos entrevistados.

De modo geral, o incremento da atividade na economia da cidade foi destacado por todos entrevistados que citaram os benefícios para a rede hoteleira, para os serviços de alimentação e empreendedores individuais. Também pontuaram acerca do patrimônio cultural da cidade como um ponto positivo que precisa ser mais bem valorizado pelo poder público.

Outro ponto em comum identificável nas falas, foi a precariedade da comunicação da atividade turística na cidade e para os moradores entrevistados que se sentem deslocados da atividade e observam isso nos demais cidadãos. Bem como observam uma ausência de identidade na atividade turística que não aproveita (ou subaproveitada) a produção de cachaça e seu patrimônio cultural como atrativos turísticos.

3.3 - PROPOSTA DE UM ROTEIRO TURÍSTICO CENTRALIZADO NA CACHAÇA DE VASSOURAS

A partir do resultado das entrevistas e dos pilares teóricos do trabalho, fez-se uma análise a respeito das condições físicas e estruturais para a implementação do “Rota das Cachaças de Vassouras” com objetivo de divulgar a cidade, procurando assim, aumentar tanto o fluxo de turistas quanto o tempo médio de estadia na região do Vale do Café. Esta etapa parte da hipótese de que a Rota pode auxiliar na consolidação da cachaça enquanto atrativo cultural do município, aumentando paulatinamente o consumo de outros atrativos e de equipamentos e serviços turísticos de Vassouras.

Antes de propor a roteirização para Vassouras, considera-se por bem tomar por exemplo as experiências envolvendo a rotas da cachaça em outras cidades e regiões do país no sentido de corroborar a viabilidade da proposta.

Em setembro de 2023, o Estado de Alagoas lançou a Rota da Cachaça para incentivar o turismo gastronômico no interior. O Roteiro turístico prevê a oferta de passeio por engenhos, degustação de bebida e de pratos que utilizam cachaça nas receitas, além de mostrar o processo de produção. O roteiro contempla cinco cidades do Estado: Arapiraca, Campo Alegre, São Sebastião, Junqueiro e Teotônio Vilela. O passeio, oferecido por dezenas de agências de viagens no Estado, pode ser realizado a partir de oito pontos. Os pacotes turísticos podem ser no formato de bate-volta, saindo da capital, como também um passeio completo com hospedagens em hotéis da região. Segundo Bárbara Braga, secretária de Estado do Turismo, a iniciativa visa destacar o potencial turístico das regiões produtoras de cachaça, ressaltando a tradição e a

autenticidade do produto que faz parte da história e da cultura alagoana. Por fim, a secretária avaliou positivamente a iniciativa que une poder público e os empreendedores locais, premiados internacionalmente.

No Estado da Paraíba, a agência Turismo PB oferece a Rota da Cachaça “Caminhos do Engenho”. Ao que parece a iniciativa é exclusiva do empreendimento, sem a adesão do poder público. O roteiro merece destaque no cenário turístico paraibano ressaltando a variedade cultural e os sabores das cachaças premiadas dos engenhos paraibanos. Segundo a agência, o roteiro propicia uma vivência única pelo Brejo Paraibano, num final de semana com destinos planejados e com a participação direta dos fomentadores culturais e gastronômicos da região.

Ainda no Nordeste, em Fortaleza, por iniciativa da Secretaria de Turismo da cidade, em parceria com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), em 2022, foi lançada a Rota da Cachaça Fortaleza. O secretário de Turismo de Fortaleza, Alexandre Pereira, argumentou que a proposta atende às demandas de turistas cada vez mais interessados em vivenciar o turismo, principalmente por meio da gastronomia e da cultura local. Por sua vez, Taiene Righetto, presidente da Abrasel-CE, pontuou que a nova rota pode movimentar não só o turismo, mas também a engrenagem de bares e restaurantes da cidade.

Além dos rótulos clássicos produzidos de forma industrial e armazenados em tonéis de inox, as visitas contemplam visitas às cachaçarias que armazenam seus produtos em tonéis de madeiras mais largamente utilizadas para o envelhecimento da bebida, como jamburana, bálsamo e carvalho, dentre outras. É importante destacar que os empreendimentos envolvidos na rota têm possibilitado aos trabalhadores uma série de formações e treinamentos a respeito da história da bebida promovidos por Altino Farias, proprietário da Embaixada da Cachaça e membro conselheiro da Academia Brasileira da Cachaça de Alambique e da Cúpula da Cachaça, e responsável pela consultoria à Secretaria na estruturação da rota. Grande conhecedor da bebida. De acordo com o consultor o roteiro chama atenção para a cachaça como uma bebida de excelência, que normalmente é deixada em segundo plano frente aos modismos que surgem no mercado.

No Sudeste, o portal na internet de Minas Gerais anuncia a “Rota da Cachaça – Cachaça não é Pinga, assim se fabrica uma cachaça artesanal.” O portal não oferece muitas informações sobre a Rota. Mas a agência de viagens Experimente Minas explica em mais detalhes. A rota está estruturada no município de Brumadinho e, segundo a agência, é composta por experiências turísticas desenvolvidas e criadas a partir de pesquisas e da valorização da cultura da cidade e seu entorno. A rota possibilita experiências que foram criadas agregando o que há de mais mineiro e vivencial, em contato direto com a comunidade. A Rota da Cachaça é um projeto de Turismo de Base Comunitária e produção associada ao Turismo. A programação da rota conta com

oficina de degustação, criação de *drinks*, harmonização de pratos e observação da cadeia produtiva da cachaça. O serviço, organizado para atender grupos de 5 a 15 pessoas, pode contar com guia bilíngue e pode ter de 3 a 8 horas de duração.

Considerando as experiências dos locais citados, se considera que Vassouras possui potencial para ter a sua rota da cachaça. Nesse sentido, a roteirização turística da cachaça de Vassouras visa contribuir para o aumento do fluxo de visitantes, tempo de permanência e gasto médio do turista. O Ministério do Turismo, no Programa de Regionalização do Turismo, disponibiliza uma coleção composta por treze cadernos, sendo o 7º caderno referente ao Módulo Operacional: Roteirização Turística. A pesquisa tem esse caderno como referência para a elaboração da Roteirização das cachaças de Vassouras.

O Ministério do Turismo (BRASIL, 2007, p. 15) define a roteirização como um itinerário caracterizado por elementos que lhe conferem identidade. É definido objetivando o planejamento, a gestão, a promoção e a comercialização turística dos locais que formam o roteiro. Pode-se dizer que se trata de um processo que visa integrar ou organizar os atrativos, equipamentos e serviços turísticos, resultando na consolidação de um determinado destino ou região turística.

Os roteiros turísticos podem ser organizados dentro de uma área que apresenta certas peculiaridades ou afinidades e proximidades. Em razão disso, formatam-se roteiros ou rotas turísticas, que são regiões que apresentam, além de similaridades na oferta turística, certos objetivos em comum em relação à atividade turística.

O Ministério do Turismo no Módulo Operacional 8: Promoção e Apoio à Comercialização (2007, p. 19) explica a rota turística como “um percurso continuado e delimitado cuja identidade é reforçada ou atribuída pela utilização turística”.

Deste modo, Vassouras, e respectivamente, a região turística do Vale do Café oferecem mais um atrativo turístico como opção para o turismo: a cachaça. O Vale do Café, mesmo sendo um destino turístico consolidado, deve buscar o aperfeiçoamento e aumento de sua oferta turística, ou seja, melhorando em qualidade, produtividade, custo-benefício, novidade e satisfação do turista, que vem adotando novos hábitos de consumo que exigem do receptor inovação para trazer valor adicional à experiência turística.

A justificativa do roteiro trabalhará com a história rica e singular do Vale do Café por ser o berço do cultivo e comercialização do café no século XIX, o que trouxe a reboque a riqueza nacional por algumas décadas durante o período do Império. Naquele tempo, o café se alastrava formando vilas e cidades ao redor das fazendas. A riqueza proveniente dos cafezais permitiu que os latifundiários escravocratas adquirissem hábitos que estavam bem próximos aos das

relações de hospitalidade praticados na Europa, com destaque à França. Pianos de calda era comum nas residências dos cafeicultores (figura 35).

Figura 35: Piano de cauda – Museu Casa Hera



Fonte: Acervo pessoal.

A ocupação do solo para a produção do café ocorreu de forma rápida e intensa tornando-se popular a expressão “avalanche cafeeira”. A produção de café transformou pequenas cidades em locais de grande importância econômica para o país, como, por exemplo, a cidade de Vassouras, que se tornou a capital do café brasileiro, no começo do século XIX.

A região do Vale do Café protagonizou uma evolução da economia brasileira, que envolveu transformações na infraestrutura, com a expansão das estradas de ferro e transformações nas relações de trabalho, com a abolição da escravidão, sendo ambas essenciais para o fim de uma era de acúmulo de capital escravista, para uma nova era do desenvolvimento econômico brasileiro, sob nova base de mão de obra.

Esta história é importante e trouxe muitas mudanças para o espaço geográfico, mas um destino turístico precisa ir além. Para Oliveira (2013), o destino turístico se consolida, melhora tomando como guia diversos indicadores, como, por exemplo, o número de visitantes e os respectivos gastos, o sucesso em sanar os efeitos negativos da sazonalidade, fazer o uso eficiente das capacidades existentes, o grau de preservação dos recursos naturais e culturais, a satisfação do visitante no destino visitado (produto turístico), a eficiência da comunicação e publicidade na relação com o mercado consumidor e o nível de aceitação dos moradores locais quanto a política de turismo exercida pelo município.

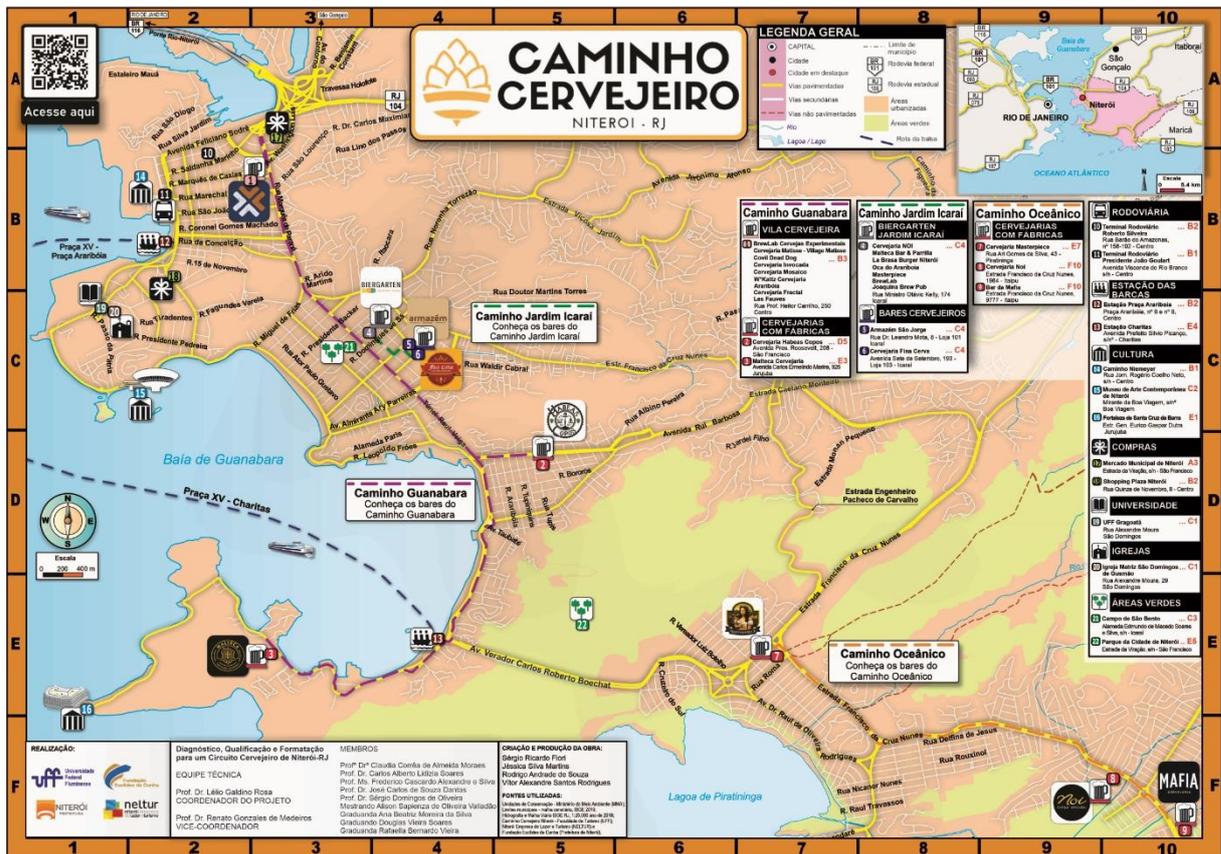
Portanto, a fase de planejamento da roteirização turística é imprescindível uma análise de dados e informações relacionadas à demanda relacionada a oferta turística de Vassouras, para só depois tomar decisões e propor ações para sua execução.

No entanto, Ignarra (2003), define a demanda turística em dois eixos: efetiva e potencial. A efetiva se refere àquela que já consome determinado produto. Já a potencial é aquela que tem condições para consumir determinado produto turístico, mas não o faz por qualquer outra razão. O desconhecimento da existência do produto pode ser um fator para o seu não-consumo. Assim, a roteirização pode preencher esta lacuna.

Portanto, a fim de se conhecer a diversidade dos elementos de oferta de um produto turístico, propõe-se a roteirização das cachaças de Vassouras, considerando o roteiro como uma nova oferta de atrativo do produto turístico Vassouras. O roteiro deverá ser disponibilizado como uma forma de comunicação e marketing sobre o município.

Inicialmente, a cachaça se estabelece como atrativo cultural imaterial, mas que está cercado de outros atrativos (fazendas, jongo etc.), serviços turísticos (acomodações, restaurantes, bares, espaço de eventos etc.), serviços de apoio ao turismo (hospitais, bancos, delegacias etc.) e infraestruturas (rodoviária, estrada, internet etc.), e tudo isso pode vir a ser representado na Rota da Cachaça. A figura 36 exemplifica um mapa da rota do Caminho Cervejeiro de Niterói realizado pelo professor Sérgio Ricardo Fiori e os alunos do curso de Geografia e Turismo do Instituto Multidisciplinar da UFRRJ para em projeto da UFF de Niterói.

Figura 36: Mapa do Caminho Cervejeiro de Niterói, RJ



Fonte: Cidade de Niterói (2023).

Portanto, o pensamento inicial da Rota da Cachaça de Vassouras é disponibilizar aos turistas e visitantes um material de comunicação que represente um produto turístico que possui um forte apelo de brasilidade, pois é assim que a cachaça é vista no exterior e em cidades e outras regiões do país, como: Fortaleza, Circuito das Águas Paulistas, Paraty, Brumadinho; além de cinco cidades de Alagoas que compartilham uma Rota da Cachaça: Arapiraca, Campo Alegre, São Sebastião, Junqueiro e Teotônio Vilela.

Como visto por meio dos exemplos das rotas implementadas em Estados do Nordeste e em Minas Gerais, as rotas das cachaças estão cada vez mais sendo utilizadas pelos produtos turísticos. Vale destacar que nos exemplos de rotas de outros estados e cidades os elementos patrimônio cultural, história regional e alternidade apareceram como justificativa para a implementação das rotas. Investir nesta frente de atuação permite diversificar os empreendimentos. Considerando que os produtores de cachaça são rurais pode-se inferir também que o incremento da atividade de produção de cachaça com a roteirização pode contribuir para diminuir o êxodo rural (Ministério do Turismo, 2004).

Levando em consideração os três produtores de cachaça de Vassouras premiados internacionalmente, atualmente, esse patrimônio/atrativo é de grande interesse para o município.

A proposta de Rota da Cachaça de Vassouras representará os alambiques da Magnífica de Faria, União Carvalheira e Cachaçaria Kana Karam. Propõe-se um passeio que pode durar até 6 horas, contando com os deslocamentos entre os alambiques e com um tempo máximo de uma hora e meia horas em cada produtor.

A partir do tempo-espaço, a Rota possui características distintas de outras já citadas, oferecendo uma identidade única na qual os turistas facilmente reconhecerão a diversidade do patrimônio natural e cultural do lugar, percebendo elementos constituintes da marca da região do Vale do Café, tendo como porta de entrada Vassouras.

A Rota pode contar com oficinas de degustação, que proporcionarão uma iniciação progressiva à descoberta da cachaça, bebida que acolhe de forma única sabores, aromas e características peculiares – acidez, álcool, amargor, açúcar, tipo de cana, dentre outras. Unidas de forma harmoniosa, essas características garantem a explosão de sabor ao paladar. E como boa cachaça sempre vem acompanhada de boa prosa, a oficina contará com um profissional capacitado que compartilhará informações sobre a iguaria, suas curiosidades da região e modos de apreciação. A seguir, apresentam-se algumas propostas:

Oficina - Os sabores e Saberes da Cachaça Artesanal

Os visitantes e turistas terão a chance de manusear equipamentos de bar, vivenciando uma experiência de aprendizado imersiva, cheia de descontração e com muita degustação dos *drinks* feitos, claro que todos os coquetéis, tem a cachaça como produto básico.

Oficina - Alquimia dos sabores da cachaça

A Cachaça com sua variedade de madeiras, ou não, atinge nuances de sabor, como se cada madeira falasse uma língua e com a introdução do segundo e até do terceiro ou quarto elemento começa a alquimia. São sabores, cores e aromas, que você irá descobrir e nunca imaginou existir. Uma viagem sensorial.

Oficina - Harmonização e Degustação

Se você pensa que as únicas bebidas que combinam bem com variados tipos de pratos são os vinhos, está enganado. A harmonização de cachaça é uma verdadeira arte, e torna o ato de degustar uma boa bebida ainda mais especial. Mas, afinal, o que é harmonização? Harmonizar em um contexto de gastronomia significa combinar os sabores dos alimentos com as diferentes qualidades das bebidas, em nosso caso, as cachaças. É um mito pensar que a

cachaça não combina com pratos quentes e que não acompanha bem o almoço ou o jantar e a sobremesa.

Ainda destacando a relevância da rota para a cidade de Vassouras, utilizo a fala de João Luiz de Faria, proprietário da Magnífica, quando recebeu a Medalha Tiradentes, que resume o potencial da cidade para a atividade:

Atribuo o sucesso do projeto principalmente a 3 fatores: primeiro, nossa região; segundo, minha crença no potencial da cachaça, porque desde o início projetava produzir uma cachaça que pudesse competir com os melhores destilados do mundo; e em terceiro lugar, minha consciência clara de que o processo de valorização da cachaça era um projeto coletivo, pois de nada adiantava eu lançar um produto excelente no mercado enquanto a nossa bebida nacional estivesse marginalizada e dominada pelo preconceito. Tivemos que mudar isso.

Tenho orgulho do nível de excelência que a cachaça Magnífica alcançou e, mais ainda, de como projetou o nome de nossa região (Miguel Pereira, Paty e Vassouras) em todas as garrafas que são exportadas para o mundo. Hoje, a Magnífica recebe o devido reconhecimento, tanto no país como no exterior. Não temo afirmar que a cachaça, em particular a Magnífica, se equipara aos melhores destilados produzidos no mundo.

Por fim, enumero algumas recomendações que considero válidas para a indicação de roteirização.

A cachaça, enquanto produto turístico, deve ir além da simples existência de produtores que recebem visitas. A valorização, proteção e promoção da paisagem, cultura e tradição são aspectos cruciais para a valorização e rentabilidade do produto.

A criação e desenvolvimento da Rota das Cachaças de Vassouras pode ser um mecanismo impulsionador da atividade turística na região do Vale do Café, oferecendo aos turistas experiências relacionadas ao universo da cachaça. Seguem 8 recomendações:

1. Conhecimento da oferta atual e potencial: É essencial ter um entendimento completo da oferta, incluindo a oferta diretamente ligada a cachaça e a oferta complementar. Uma análise detalhada pode ajudar a identificar oportunidades para expandir e melhorar a oferta de enoturismo na região.
2. Diversificação da oferta: A diversificação da oferta da cachaça pode ajudar a atrair uma gama mais ampla de turistas. Isso pode incluir a oferta de circuitos temáticos que combinam a cachaça com outros produtos turísticos.
3. Melhorar a oferta de eventos: Os eventos em torno da cachaça são um fator de atração de turistas e projeção da região e dos seus produtores. Será necessário estudar o impacto dos eventos atualmente realizados, sua coordenação e melhoria, bem como os que seria útil desenvolver no futuro.

4. Conscientização: É importante promover uma ação regular de informação e conscientização dos diversos atores para as vantagens da Rota das Cachaças de Vassouras bem como das suas exigências e necessidades.
5. Promoção: A promoção enquanto produto diferenciado deverá ser feito tanto no mercado interno como nos mercados externos.
6. Divulgação e Marketing: Campanhas promocionais são essenciais para estimular a visitação nos atrativos turísticos. Elas podem ser realizadas nas mídias tradicionais (revistas, jornais, rádio, mala direta, outdoor, entre outras) e/ou nas mídias digitais e redes sociais.
7. Comercialização: Trabalhar com operadores turísticos para integrarem “pacotes” das cachaças de Vassouras na sua oferta.
8. Qualificação: Desenvolver habilidades e especializar-se para executar da melhor forma suas atribuições e dos recursos humanos nos diversos equipamentos deve ser complementada com os conhecimentos técnicos adequados sobre a produção, história e cultura da cachaça.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Geografia desempenha um papel crucial na análise e compreensão do turismo. Permite uma análise complexa dos deslocamentos realizados pelos turistas, levando em consideração vários elementos materializados no espaço, como a oferta e a demanda, os serviços, os transportes e a infraestrutura, ajudando a entender as complexas relações sociais e os processos de construção social dos espaços associados às expectativas, desejos e anseios das comunidades receptoras e turistas.

Na perspectiva do espaço geográfico como resultado da ação humana sobre a natureza destaca a interação dinâmica entre os seres humanos e seu ambiente. Isso ressalta a importância do espaço geográfico não apenas como um local físico, mas também como um produto das atividades humanas.

O espaço geográfico é dinâmico. O seu uso e função podem mudar constantemente, e o turismo desempenha um papel significativo nessa dinâmica. A intensificação do uso turístico de uma determinada porção do espaço geográfico pode levar à introdução e multiplicação de objetos cuja função é dada pelo desenvolvimento da atividade turística.

A complexidade do espaço na sociedade moderna é ilustrada pela ideia de que o espaço não é apenas um valor econômico ou político, mas também está intrinsecamente ligado ao tempo e à vida humana. Isso sugere que o espaço tem um valor intrínseco que vai além de sua utilidade econômica ou política.

O espaço turístico se torna um produto de consumo quando essa prática social realiza o ciclo do capital. Isso significa que o turista paga para desfrutar de uma experiência pessoal em um espaço geográfico diferente do seu próprio espaço de moradia.

O turismo é uma atividade complexa que pode ter impactos significativos, em uma comunidade ou região. É por isso que o planejamento cuidadoso e a gestão são tão importantes. O desenvolvimento do turismo não deve ser medido apenas em termos de crescimento quantitativo, mas também em termos de qualidade propiciada a comunidade receptora. Isso significa que o foco não deve ser apenas em atrair muitos turistas, mas em garantir que a experiência turística seja de alta qualidade e sustentável.

O *trade* turístico desempenha um papel crucial na modelagem do espaço turístico para atender a diversos interesses, do turista, da comunidade local e do próprio *trade*. Essa dinâmica pode ter um impacto significativo na experiência do turista e sua percepção do espaço.

O planejamento do turismo visa minimizar os efeitos negativos e maximizar os benefícios para as comunidades locais. Isso inclui a preservação do meio ambiente e do

patrimônio cultural local, bem como a garantia de que o turismo beneficie economicamente a comunidade local. É importante lembrar que o turismo é definido pela demanda - é o resultado econômico do consumo dos visitantes. Portanto, não existe um processo de produção comum que possa definir o turismo como uma atividade econômica singular.

A inclusão da representatividade cultural e da identidade regional é crucial na estruturação e diversificação do produto turístico, permitindo aos turistas uma experiência mais autêntica e significativa. Contribuindo para a preservação e promoção da cultura e identidade local. É de fundamental importância considerar esses aspectos no desenvolver e comercialização de produtos turísticos relacionados ao patrimônio.

Um conceito recorrente ao longo da pesquisa foi o de patrimônio cultural, ou seja, a herança que deixada pelas gerações anteriores e que devem ser preservadas para que possa ser passada às futuras gerações. O patrimônio cultural pode ser um grande aliado à atividade turística, tendo em vista o interesse que muitos viajantes têm em conhecer o legado histórico e cultural dos destinos turísticos. Nesse sentido, o Turismo pode ser uma atividade capaz de contribuir para a preservação do patrimônio histórico-cultural de um lugar. Para isso, deve ser estabelecida uma forte ligação entre a sociedade e o bem cultural.

O turismo cultural bem estruturado pode conferir sustentabilidade econômica às ações de preservação do patrimônio, exigir qualificação dos envolvidos para lidar com temas relacionados à história local e contribuir para a preservação das tradições. Além disso, pode servir como uma ferramenta de conscientização para um padrão de desenvolvimento mais sustentável e atuar como um meio para convergir os setores criativos e a cultura local.

O patrimônio cultural é um conceito importante na pesquisa em turismo. O patrimônio cultural pode ser um grande aliado à atividade turística, pois muitos viajantes têm interesse em conhecer o legado histórico e cultural dos destinos turísticos. Portanto, o turismo pode ser uma atividade capaz de contribuir para a preservação do patrimônio histórico-cultural de um lugar. O turismo e a preservação do patrimônio podem formar um ciclo virtuoso de desenvolvimento quando planejados e implementados de forma complementar.

O senso de pertencimento e propriedade dos habitantes é outra vantagem importante, pois pode recuperar o orgulho de suas próprias raízes. O patrimônio cultural é, sem dúvida, um valioso ativo econômico, cultural, educacional e turístico. Por suas potencialidades, é capaz de gerar a promoção do crescimento local, o aumento do turismo e a dinamização das cadeias produtivas e atividades econômicas correlatas, geradoras de emprego e renda.

O reconhecimento da cachaça como um patrimônio imaterial, cultural e gastronômico no Estado Rio de Janeiro, a cachaça se tornou patrimônio cultural do Rio de Janeiro através da

lei 6.291/12, certamente essa lei agrega valor ao produto e aos espaços produtivos locais. Gerando um sentimento de pertencimento na população local e ajudando a quebrar os paradigmas associados à cachaça.

A cachaça tem um significado cultural profundo e é um elemento importante na memória brasileira, possuindo uma história complexa e multifacetada. Sua produção e consumo estão intrinsecamente ligados à identidade nacional e à resistência histórica. Sua origem nos engenhos de açúcar e sua associação com os escravizados durante o período colonial contribuíram para sua imagem marginalizada.

A ideia de desenvolver uma rota turística que incluam visitas a produtores de cachaça, é uma maneira de promover tanto o turismo local como a apreciação da cachaça como um patrimônio cultural. A Rota da Cachaça de Vassouras oferece aos visitantes uma visão única da história e cultura brasileiras, além de proporcionar uma experiência sensorial através da degustação. A cachaça tem o potencial de ser um motor para o desenvolvimento turístico, auxiliando na preservação da memória cultural e tornando-se um patrimônio com a ampliação do sentimento de pertencimento.

Desta forma, a criação da Rota da Cachaça de Vassouras é uma estratégia eficaz para a integração e organização de atrativos, equipamentos, serviços turísticos e infraestrutura de apoio ao turismo. Desenvolvem por meio de uma cultura associativa, que proporciona a complementaridade e a integração entre os diversos empreendimentos turísticos. Isso resultará na consolidação dos produtos turísticos de Vassouras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A CASA COLONIAL. **Portugal, Brasil & Goa**. Disponível em: <<https://acasasenhorial.org/acs/index.php/pt/casas-senhoriais/pesquisa-lista/625-fazenda-do-secretario>> Acesso em: 10 out. 2023.

ABREU, R. **Patrimônio cultural: tensões e disputas no contexto de uma nova ordem discursiva**. In: Antropologia e patrimônio cultural: diálogos e desafios contemporâneos. Blumenau: Nova Letra, 2007.

ALBACH, V. M.; GÂNDARA, J. M. G. Existe uma geografia do turismo? **Revista Geográfica de América Central**, v. 2, p. 1-16, 2011. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4517/451744820810.pdf>. Acesso em: 18/10/ 2023.

ALGRANTI, L. M, **Aguardente de cana e outras aguardentes: por uma história da produção e do consumo de licores na América portuguesa**. In: VENÂNCIO, Renato P. & CARNEIRO, Henrique. (orgs.). **Álcool e drogas na história do Brasil**. São Paulo: Ed. PUCMINAS, 2005.

ALMEIDA, J R. **O Grecco e sua história**. Vassouras, edição independente, 2000.

ANSARAH, M. G. dos R. **Formação e capacitação do profissional em turismo e hotelaria: reflexões e cadastro das instituições educacionais no Brasil**. Aleph. 2002.

ARANHA, R de C; GUERRA, Antonio José Teixeira (Org.). **Geografia aplicada ao Turismo**. São Paulo: Oficina de Textos, 2014.

AVELAR, L. E. B. **O “sujeito” cachaça e a história “arqueológica”**. ANPUH – XXV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA – Fortaleza, 2009.

BALDISSERA, L. M., & BAHL, M. (2012). Turistas e moradores locais: Uma reflexão teórica dessa relação. **Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo Do Mercosul**, 1–13.

BARBOSA A, E. R., & RODRIGUEZ C, D. M. (2016). **Cultura e Patrimônio: A Alimentação e o “savoir-faire” na mercantilização, patrimonialização e outras propostas do turismo e da indústria cultural**. *Ágora*, 18(1), 144-155.

BARRETO, M. **Turismo e legado cultural**. Campinas, SP: Papirus, 2007.

BARROS, J D'. Fixos e fluxos: revisitando um par conceitual. **CUADERNOS DE GEOGRAFÍA: REVISTA COLOMBIANA DE GEOGRAFÍA (ON LINE)**, v. 29, p. 493-504, 2020

CRUZ, R. de C. A da. **Introdução à geografia do turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

_____.; YÁZIGI, E. A. (Org.); CARLOS, A. F. A. (Org.). **Turismo, espaço, paisagem, cultura**. 1. ed. São Paulo: Hucitec, 1996. v. 1. 250 p.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 2019.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo: espaço ideal para implantação de clusters**. *Turismo em Números*, São Paulo, v. 40, p. 24-25, 2005.

_____. **Planejamento Territorial e Dinâmica Local - Bases para o Turismo Sustentável.** In: RODRIGUES, Balestrini Adyr. (Org.). **Turismo e Desenvolvimento Local.** São Paulo: Hucitec, 1997, v., p. 87-98.

BIOMEDH. **Densímetro sacarímetro de brix 0/10:0,1g/mlg/ml 290.** Disponível em: <<https://www.biomedh.com.br/003972/densimetro-sacarimetro-brix-0-1001g-mlg-ml-290.html#descricao>> Acesso em: 28 fev. 2022.

BOMFIM, L. C. E. **O turismo como alternativa de desenvolvimento local no município de Presidente Epitácio: representações sociais e culturais de identidade local** – Dissertação - Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Local - Mestrado Acadêmico da Universidade Católica Dom Bosco - Campo Grande, 2007, 102 f.

BOULLÓN, R. **Planejamento do espaço turístico.** Bauru, SP: Edusc, 2002.

BRAGA, Marcus V. F.; KIYOTANI, I. B. A cachaça como patrimônio: turismo, cultura e sabor. **Revista Turismo Contemporâneo**, v. 3, n. 2, p. 254-275, jul./dez. 2015.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil.** Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

_____. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo - **Turismo cultural: orientações básicas** / Ministério do Turismo, Coordenação - Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

_____. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo - **Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 7 Roteirização Turística/ Ministério do Turismo.** Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. – Brasília, 2007.

_____. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo - **Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 8 Promoção e Apoio à Comercialização.** Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. – Brasília, 2007.

_____. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Coordenação-Geral de Pesquisa e Documentação. Programa de Especialização em Patrimônio. **Programa de Especialização em Patrimônio - Artigos (2005 e 2006)** / Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Brasil). Coordenação-Geral de Pesquisa e Documentação. Rio de Janeiro: IPHAN/Copedoc, 2009.

_____. Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo e o mercado.** / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

_____. Ministério do Turismo. **Glossário do turismo: compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos** – 1ª edição. Brasília: Ministério do Turismo, 2018. 44 p.

_____. Ministério do Turismo. **Dados e fatos.** Disponível em: <<http://dadosefatos.turismo>>.

gov.br/gloss%C3%A1rio-do-turismo/67-outros/gloss%C3%A1rio-do-turismo/887-f.html#:~: text=FLUXO%20TUR%C3%8DSTICO, ou%20v%C3%A1rios%20pontos%20de%20recep%C3%A7%C3%A3o> Acesso em: 10 out. 2023.

_____. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Anuário da Cachaça 2021**. Secretaria de Defesa Agropecuária. – Brasília: MAPA/AECS, 2022.

Cachaça Magnífica. Disponível em: <<https://cachacamagnifica.com.br/nossa-historia/>>. Acesso em: 03/09/2023.

Cachaça União Carvalheira. Disponível em: <<https://www.facebook.com/cachacauniaocarvalheira/>>. Acesso em: 03/09/2023

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

CAMPOS, P. da M. **Turismo cultural em Brasília: Programa BrasiliAthos**; 2005; Monografia; (Aperfeiçoamento/Especialização em Centro de Excelência Em Turismo Cet) - Universidade de Brasília; 2005.

CARDONA, R. **O Processo De Comercialização De Produtos Turísticos**. PORTO ALEGRE - RS 2007.

CASCUDO, L. da C. **Prelúdio da Cachaça**. São Paulo: Global, 2006.

CASTRO, D. **Fundamentos do Turismo. v. 2** / Diana Castro, Rodrigo Fonseca Tadini, Tânia Melquíades. – Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2010.

Centro Cultura Cazuza. Disponível em: <<https://www.revistamuseu.com.br/site/br/noticias/nacionais/4693-09-05-2018-centro-cultural-cazuza-e-inaugurado-em-vassouras-rj.html> /> Acesso em: 15/10/2023.

CICHOSKI, P.; SAQUET, M. A. Concepções de geografia, espaço e território nos anais do IV seminário estadual de estudos territoriais e II seminário nacional sobre múltiplas territorialidades. **Sociedade e Território**, v. 23, n. 2, p.146-158, 13 jan. 2012.

_____. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2002.

CRUZ, R. de C. A da. **Introdução à geografia do turismo**. São Paulo: Roca. 2001.

_____. **Patrimonialização do patrimônio: ensaio sobre a relação entre Turismo, patrimônio cultural e produção do espaço**. Geosp (USP), v. 31, p. 95-104, 2012.

CURTO, J. **Álcool e escravos. O comércio luso-brasileiro do álcool em Mpinda, Luanda e Benguela durante o tráfico atlântico de escravos (c. 1480-1830) e o seu impacto nas sociedades da África Central Ocidental**. Trad. Márcia Lameirinhas. Lisboa: Ed. Vulgata, 2002.

EMBRAPA. **Cachaça**. Disponível em: <encurtador.com.br/oIJN9> Acesso em 6 jun. 2021.

Experimente Minas. Disponível em: <https://www.experimenteminas.com/rota-da-cachaca>

FALCÃO, J. L. C. **O jogo da capoeira em jogo**. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas-SP, v. 27, p. 59-74, 2006.

FERREIRA, H. C. H.; OLIVEIRA, M. A. S. A. de. Turismo, comida e patrimônio: políticas públicas no âmbito de áreas protegidas. **Papers do NAEA** (UFPA), v. 29, p. 92-108, 2020.

FRATUCCI, A. C. **Os Lugares Turísticos: territórios do fenômeno turístico**. GEOgraphia (UFF), Niteroi-RJ, v. Ano II, n. n 4, p.121-133, 2001.

FRATUCCI, A. C. A dimensão espacial das políticas públicas de turismo no Brasil. In: PIMENTEL, T.D.; EMMENDOERFER, M.L.; TOMAZZONI, E.L. (org.). **Gestão pública do turismo no Brasil: teorias, metodologias e aplicações**. Caxias do Sul: Educus, 2014.

FRATUCCI, A. C.; MORAES, C. C. A. **Inventário da oferta turística: reflexões teóricas para o planejamento e ordenamento do espaço turístico**. CADERNO VIRTUAL DE TURISMO (UFRJ), v. 20, p. 1, 2020.

FERREIRA, M. A. **Os Clientes da Pousada Fazenda Virá e suas motivações de viagem pré e pós estada**. Trabalho de conclusão - Curso de Turismo da Universidade Estadual do Centrooeste – UNICENTRO, Campus de Irati – PR.

FERRARO, M. R. **A Arquitetura Senhorial-Escravista nas Cidades do Café**. Programa de Pós-Graduação em História Social do Departamento de História da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP. São Paulo 2017. (Dissertação de Mestrado).

FIORI, S. R. 2020 figura 1.

_____. Cartografia e as dimensões do lazer e turismo: o potencial dos tipos de representação cartográfica. **Revista Brasileira de Cartografia**. Rio de Janeiro, v.62, n.3, p. 527-542, 2010.

FREITAS, I. A.; ABRANCHES JUNIOR, N.; MOURA, Rachel de Almeida; LOPES, J. F. R. **História do Pensamento Geográfico** Vol. 1. 1. ed. Rio de Janeiro RJ: Fundação Cecierj, 2014.

FREITAS, I. A.; ABRANCHES JUNIOR, N.; MOURA, Rachel de Almeida; LOPES, J. F. R. **História do Pensamento Geográfico** Vol. 2. 1. ed. Rio de Janeiro RJ: Fundação Cecierj, 2016.

GIACAGLIA, M. C. – **Organização de Eventos – Teoria e Prática** – São Paulo - Thomsom –2003

GUIDOLIN, F. R.; BASTOS, A. C. **Fabricação de cachaça** Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI-RS Escola de Educação Profissional SENAI Visconde de Mauá

GOMES, P. K. M. **Que experiência é essa?** O projeto Tour da Experiência em Vassouras, 2015/2016. Seropédica, 2016 (dissertação). Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas. UFRRJ>

HAMERSKI, F.; NDIAYE, P. M.; AQUINO, A. D.; CORAZZA, M. L.; RAMOS, L. P. **Estudo de variáveis no processo de carbonatação do caldo de cana-de-açúcar**. In: XVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE ENGENHARIA QUÍMICA, 2010, FOZ DO IGUAÇÚ. ANAIS DO COBEQ/EBA/CBTermo 2010, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **Museu Casa da Hera** / Eneida Queiroz, Daniele de Sá Alves, Cinthia Rocha – Brasília, DF: Ibram, 2014.

ICOMOS, 1976 I. **Carta de Turismo Cultural** -. Cadernos de Socio museologia, v. 15, n. 15, 11.

ICOMOS, 1976 I. **Estatutos do ICOMOS**. Cadernos de Socio museologia, v. 15, n. 15, 11.

IGNARRA, L.R. **Fundamentos do Turismo**. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

IGNARRA, L.R. **Dinâmica dos Eventos Turísticos e seus Impactos na Hotelaria Paulistana**. São Paulo, 2007 (Tese). Programa de Pós Graduação do Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes. USP.

Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição - Vassouras – RJ. Disponível em: <https://igrejansc.org/> Acesso em: 18/10/2021.

IPHAN. Portaria nº 12, de 18 de setembro de 1986. Conjunto arquitetônico e paisagístico de Vassouras é parte integrante do Patrimônio Histórico e Artístico nacional. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, of. nº 150/86. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/legislacao/Portaria_n._12_de_18_de_setembro_de_1986.pdf> Acesso em 12 jun. 2022.

_____.Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/dicionarioPatrimonioCultural/detalhes/85/patrimonio-imaterial> Acessado em 8/2/2023.

Instituto Água e Saneamento. **Vassouras**. Disponível em: <https://www.aguaesaneamento.org.br/municipios-e-saneamento/rj/vassouras>. Acesso em: 08/11/2023.

Instituto Cidade Viva. **Inventário das fazendas históricas do Ciclo do Café, Fazenda Santo Antônio da Cachoeira**, 2007.

LAMEGO, A. **O homem e a serra**. Rio de Janeiro: IBGE, 1963.

LEAL, M. L. M. S. **A história da gastronomia**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2005.

LICKORISH, L. J.; JENKINS, C L. **Introdução Ao Turismo**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LIMA JUNIOR, R. G. de S. **O Ciclo do Café Vale-paraibano**. 2007.

LOBATO, A. S. **Turismo, Patrimônio Cultural e Produção do Espaço: uma análise da cidade de Bragança-PA**. Belém 2014 (Dissertação de Mestrado).

MAGALHÃES, Cláudia Freitas. **Diretrizes para o turismo sustentável em municípios**. São Paulo: Roca, 2002.

Mapa da Cachaça. disponível em <encurtador.com.br/ijvK5>, conteúdo acessado em 6/9/2022.

_____. disponível em: <https://mapadacachaca.com.br/noticias/turismo-de-cachaca-e-tendencia-valiosa-para-o-brasil/>

MATOS, F. C.; **Turismo Receptivo e Terceiro Setor: ações de fomento**. Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul (UCS) (Cessou em 2007), v. 1, p. 1, 2012.

MARQUES, C. M. **À margem da economia: cachaça e protocampesinato negro no litoral sul fluminense (1800-1888)**. Niterói 2011 (Dissertação de Mestrado).

MARTINS, J. S.; FIORI, S. R. **Contribuições para uma cartografia turística: dos mapas feitos a mão aos digitais.** REVISTA CONTINENTES, v. 17, p. 56-88, 2020.

MARTONI, R. M. **Turismo e Capitalismo: impossibilidades estruturais e análises superficiais do ecoturismo.** In: IV Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul e III Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo: Turismo: responsabilidade social e ambiental, 2006, Caxias do Sul RS. IV Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul e III Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul e CNPq Conselho nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, 2006.

MASCARENHAS, G.; SILVA, D. P. S.; XAVIER, L. G. S. **Fundamentos Geográficos do Turismo** vol 3. 3. ed. Rio de Janeiro: Cederj, 2011. v. 1. 187p.

MIRANDA, K.: **Sítio histórico urbano de Vassouras/RJ e entorno: projeto de uma única cidade.** Dissertação. UFRJ/FAU/PROARQ. Rio de Janeiro, 2017 (Dissertação de Mestrado).

MONTEIRO, André J. M. **A Caninha Verde em Vassouras: memórias, espaços e transformações em práticas festivas na primeira metade do século XX.** Dissertação - Programa de Pós-graduação em Memória Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, 2012.

NASCIMENTO, Felipe Gomes do; LANZARINI, Ricardo. Turismo Responsável: contribuições para uma reflexão conceitual. *In: Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR*, Penedo, v13, n01, 2023, p. 62-82.

NOVAES, A. A. R. **Os Caminhos antigos no Território Fluminense.** Rio de Janeiro: Instituto Cultural Cidade Viva, 2008.

OLIVEIRA, R. R. de; RUIZ, A. E. L. **Geografia histórica do café.** Rio de Janeiro: PUCRJ, 2018.

OLIVEIRA, M. A. Processo de atribuição de valor turístico ao Patrimônio: uma análise através da memória da Política Nacional de Turismo. **Dossiê Turismo: entrecruzamentos de cultura, memória e desenvolvimento**, Arquivos do CMD, Volume 8, N.1. Jan/Jul 2020.

_____. Turismo e Gastronomia: reflexões sobre o patrimônio imaterial alimentar em Minas Gerais, Brasil. **Journal of Tourism and Development**, v. 02, p.1097-1102, 2017.

OMT – Organização Mundial do Turismo. **Turismo Sustentável.** In: OMT. Introdução ao turismo. São Paulo: Roca, 2001. p. 243 – 260.

PADILHA, M do N. **Geografia do Turismo.** Volume único. – Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2018.

PEARCE, D. **Geografia do Turismo: fluxos e regiões no mercado de viagens.** São Paulo: Aleph, 2003.

PEREIRA, C. R. **O turismo cultural e as missões UNESCO no Brasil.** - Recife: O Autor, 2012.

Prefeitura de Fortaleza. <https://www.fortaleza.ce.gov.br/noticias/lancamento-da-rotadacachaca-fortaleza-estimula-o-conceito-de-turismo-de-experiencia-na-capital>

Prefeitura Municipal de Vassouras. Disponível em: <https://www.visitevassouras.com/> Acesso em: 18/10/2021.

PIMENTEL, E. PINHO, T. e VIEIRA, A. Imagem da marca de um destino turístico. **Turismo – visão e ação**. Vale do Itajaí, v. 08, n. 2, p. 283-298, mai-ago 2006.

Portal Minas Gerais: Disponível em: <https://www.minasgerais.com.br/pt/roteiros/rota-dacachaca-cachaca-nao-e-pinga-assim-se-fabrica-uma-cachaca-artesanal>

PORTUGUEZ, A.P. **Consumo e espaço**: turismo, lazer e outros temas. São Paulo: Roca, 2001.

QUEIROZ, W. F. **Espaço, trabalho e alienação**: por uma geografia além do capital. **Geografia em Atos** (Geoatos online), v. 03, n. 10, p. 32-49, jan-abr, 2019.

RAIMUNDO, S. Abordagem Geográfica nas Atividades de Lazer e Turismo. In: Beatriz Gelas Lages. (Org.). **Lazer e Turismo**: conceitos e reflexões. São Paulo: Plêiade, 2009.

RAIMUNDO, S.; CÉSAR, P.A.B. & STIGLIANO, B. V. (2007) Planejamento do Ecoturismo em áreas protegidas. In: *ALMEIDA, R. A. et. al.* (orgs). **Ecoturismo**. São Paulo: IPSIS, 2007.

REJOWSKI, M. **Turismo e pesquisa científica: Pensamento internacional x Situação Brasileira**. 5 ed. Campinas: Papirus, 2001.

REVISTA EXAME. **Hoje é o dia da cachaça!** Disponível em <encurtador.com.br/gxADQ>. Acesso em 12 nov. 2021.

RODRIGUES, A.B. **Turismo e espaço**: rumo a um conhecimento transdisciplinar. São Paulo: Hucitec, 1997.

Rota da cachaça. Disponível em: <https://www.turismopb.com/rotadacachaca>

SALLES, R. **E o Vale era escravo**. Rio de Janeiro; Civilização Brasileira: 2008.

SANTOS, M. 1992: **a redescoberta da Natureza**. Estudos Avançados, [S. l.], v. 6, n. 14, p. 95-106, 1992. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/eav/article/view/9568>. Acesso em: 13/10/2023.

_____. **Metamorfoses do Espaço Habitado**: fundamentos teóricos e metodológicos da Geografia. Hucitec. São Paulo 1988.

_____. **O dinheiro e o território**. In: SANTOS, Milton; BECKER, Bertha (orgs). Território, territórios: ensaios sobre o ordenamento territorial. Rio de Janeiro: Ed. Lamparina, 2002.

_____. SEABRA, Odette Carvalho de Lima; CARVALHO, Mônica de; LEITE, José Corrêa. **Território e sociedade: entrevista com Milton Santos** [S.l: s.n.], 2001.

_____. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4. ed. São Paulo: Hucitec, 2008.

_____. **Espaço e método**. São Paulo: edusp. 2008b.

SANTOS, C. A. J. **A produção e o consumo de espaços turísticos**. In: IX Colóquio Internacional de Geocritica, 2007, Porto Alegre. Los problemas del mundo actual. Soluciones y alternativas desde la geografía y las ciencias sociales, 2007.

_____. **Fundamentos Geográficos do Turismo** -- São Cristóvão: Universidade Federal de Sergipe, CESAD, 2010.

SANTOS, M. O. **Bendito é o fruto. Festa da Uva e identidade entre os descendentes de imigrantes italianos**. 1. ed. Rio de Janeiro: Léo Christiano Editorial, 2015. v. 1. 230 p.

SANTOS, R. I. C. D. **Conhecimento, conscientização e preservação de patrimônio cultural para a prática do Turismo**. **Turismo: Visão e Ação**, v. 4, n. 8, p. 111-118, 2001.

SAPIEZINKAS, Aline; CANANI, Krás Borges. Herança, sacralidade e poder: sobre as diferentes categorias do patrimônio histórico e cultural no Brasil. **Horizontes antropológicos**. 11, Jun 2005.

SAQUET, M. A.; SILVA, S. **Milton Santos: concepções de geografia, espaço e território**. **Geo UERJ** (2007), v. 2, p. 24-42, 2008.

SAYÃO C. M. E. **A dama dos diamantes negros e a educação em vassouras: um estudo sobre o instituto profissional feminino e masculino doutor Joaquim José Teixeira Leite (1930-1959)**. Dissertação - Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. 2011.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Goiás, **A cachaça de alambique: um estudo sobre hábitos de consumo em Goiânia**. Goiânia, 2019.

SILVA, J.S. **Turismo interno: A conceptualização e a cobertura estatística**. **Revista Turismo e Desenvolvimento**, v. 20, p. 151-165, 2013.

SILVA, D. A. da. **Antropologia da cachaça: um estudo sobre produção, circulação e consumo do destilado brasileiro**. Tese - Programa de Pós-graduação em Antropologia, da Universidade Federal de Pernambuco. –2019.

SILVA, J. M. da. **Cachaça: História, Turismo e Gastronomia**. São Paulo: Senac, 2020.

Silva, Renata. **Planejamento e organização de eventos** / Renata Silva. Indaial: Uniasselvi, 2012.

SIQUEIRA, A. C. C.; BERDNACHUK, C. A. Lugar Turístico e a Relação com as Redes Geográficas e a Mobilidade. **Caderno Prudentino de Geografia**, v. 4, p. 103-117, 2019.

SOLLER, J. M.; CASTROGIOVANNI, A. C. **Geografia e turismo: espaços para educação**. Para Onde!? Edição Especial - Geografia(s) do Turismo, v. 16, n. 02, p. 189-212, 2022.

STEIN, S. J. **Vassouras: um município brasileiro do café, 1850-1900**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

TAVEIRA, M. S. Capital Turístico e as Teorias Sociais de Marx, Bourdieu e Putnam. **Revista Turismo em Análise**, v. 27, p. 4-21, 2016.

TAVOLARA, G. **Sistemas de avaliação e produto turístico: um estudo de caso exploratório nas operadoras turísticas do município de Porto Alegre**, Dissertação - Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade de Caxias do Sul) 2006.

TURISRIO. **Só existe um Rio**. Disponível:< <http://www.turisrio.rj.gov.br/video.asp>>. Acesso em 21 jun. 2022.

UNESCO. Textos Base. **Convenção de 2003 para Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial**. Paris: Unesco, 2012.

VASSOURAS, Prefeitura Municipal. **Planos Integrados de Vassouras. Revisão do Plano Diretor e Legislação urbanística - 2a**, IBAM, 2021.

VIANNA, L. C. R. Patrimônio Imaterial. In: GRIECO, Bettina; TEIXEIRA, Luciano; THOMPSON, Analucia (Orgs.). **Dicionário IPHAN de Patrimônio Cultural**. 2. ed. rev. ampl. Rio de Janeiro, Brasília: IPHAN/DAF/Copedoc, 2016. (verbete).

VIEIRA, L. L.; OLIVEIRA, I. J. **Turismo, Espaço e Paisagem: uma abordagem geográfica da escolha de destinos turísticos na era digital**. In: IX Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR), 2012, São Paulo (SP). Turismo e Patrimônio. São Paulo (SP): Aleph, 2012. v. Único. p.1-15.

VILELA, A. F. **Estudo da adequação de critérios de boas práticas de fabricação na avaliação de fábricas de cachaça de alambique**. 2005. 96 f. Dissertação - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, 2005.

ZAGHENI, E. S. da S. **A logística da cadeia produtiva do turismo de Joinville - SC** - Dissertação - Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Administração. Florianópolis, 2004.

ANEXO

ANEXO 1



Feira da Cachaça de Vassouras
 Encontro Nacional de Colecionadores de Cachaça e Apreciadores
ENTRADA GRATUITA

Programação

Dia 25 de novembro (sexta-feira)
 19h - Abertura oficial
 20h30m - Karla Cristina Cardoso Morais: *Formas de degustar cachaça*
 22h30m - Show com Paôla Costa - *Tributo à Marília Mendonça*
 00h - Show com André Medeiros and Old Seven Band

Dia 26 de novembro (sábado)
 10h - Karla Cristina Cardoso Morais - Apresentação das metodologias aplicadas na análise sensorial e a Identificação de gostos e aromas primários
 11h - Leandro Marelli - Legalização de Alambiques
 12h - Chefs na Casa - Aula show com execução de prato da cozinha Africana com Chef Diva
 16h - Concurso Regional Rabo de Galo (eliminatórias)
 22h - Show com Patrick Lourenço e banda
 23h - Show com Adilson Silva (o diretor da Escola da Roça)
 00h - Caçarola Samba Show

Dias 27 de novembro (domingo)
 10h - Manoel Agostinho (Cúpula da Cachaça) - Blend, a Alquimia do Prazer
 11h - Alexandre Ferraz - Cachaça como fator de desenvolvimento turístico
 12h - Viviam Lacerda - Cachaça e Marketing: uma conexão que dá gosto!
 13h - Roda de samba (Praça de Alimentação)
 16h - Concurso Regional Rabo de Galo (final)

INSCRIÇÃO PARA PALESTRAS DA FEIRA DA CACHAÇA
 @feiradacachacavassouras (link na Bio) (24) 99274-7515

LOCAL: CENTRO DE CONVENÇÕES GENERAL SOMBRA (VASSOURAS/RJ)

PREFEITURA DE VASSOURAS
 Cultura
 CENTRO DE CONVENÇÕES GENERAL SOMBRA

Fonte: Página da Feira da Cachaça de Vassouras no Instagram

APÊNDICE A - Cachaça Magnífica de Faria

PESQUISA JUNTO AOS PRODUTORES DE CACHAÇA DE VASSOURAS PARA DISSERTAÇÃO “A CACHAÇA COMO ATRATIVO TURÍSTICO NO TERRITÓRIO DO MUNICÍPIO DE VASSOURAS/RJ” DO PPGGEO-UFRRJ.

Cachaça Magnífica de Faria

Empresa: JLF Agropecuária

Endereço: Estrada do Anil 4000 – CEP 27.700

Ano de início de produção: 1985

Tem alguma certificação? Sim () Não (X)

Quais?

Possui premiações? Sim (X) Não ()

Quais? Cúpula Da Cachaça, Show Rum – Roma

Registros:

Ministério da agricultura: Sim (X) Não ()

Licença ambiental: Sim (X) Não ()

1. Histórico da produção:

2. Técnicas de cultivo da cana de açúcar:

Tradicional

3. Quais as são práticas ambientais adotadas na produção da cachaça: Reaproveitamento de todos os rejeitos.

O Bagaço é queimado para gerar energia. O vinhoto é diluído e devolvido aos canaviais.

4. Histórico da visitação: Não temos uma visitação estruturada. Aparecem algumas pessoas avulsas, de vez em quando, e também organizamos visitas de grupos, com agendamento prévio.

5. Como são realizadas as visitações?

Um guia acompanha os visitantes, seguindo a sequência da produção – moagem, fermentação, destilação, envelhecimento, e depois é feita uma degustação. Qd é uma visita agendada, preparamos coquetéis e eventualmente servimos almoço.

6. Que tipos de ações podem ser feitas para melhorar e ampliar a atratividade turística para a visitação do alambique:

Ter equipe e estrutura para receber visitantes.

7. Quantas pessoas em média visitam o alambique por semana?

2 a 10

8.O que é disponibilizado aos turistas na visitação?

Cachaça, caldo de cana (qd moendo) e água. Para grupos, ver pergunta 5.

9.Quanto custa a visita ao alambique?

Não cobramos, por enquanto.

10.Pontos fortes da empresa em relação a visitação:

Marca conhecida, processo autossustentável, moenda a vapor com máquina de locomotiva, com mais de 100 anos de idade, destilação em um alambique de 3 corpos, envelhecimento pelo método soleira, qualidade dos produtos, local paradisíaco.

11.Pontos fracos da empresa em relação à visitação:

Acesso. Falta de estrutura para receber visitantes.

12.Oportunidades perdidas em relação à visitação:

Divulgação da marca / produto. Receita com vendas / visitas. Divulgação para a Região.

13.Oportunidades e perspectivas em relação à visitação:

Não entendi.

14.Quais foram as dificuldades para começar a abrir o alambique para visitação:

Ainda não abrimos.

APÊNDICE B - Cachaça Kana Karam

PESQUISA JUNTO AOS PRODUTORES DE CACHAÇA DE VASSOURAS PARA DISSERTAÇÃO “A CACHAÇA COMO ATRATIVO TURÍSTICO NO TERRITÓRIO DO MUNICÍPIO DE VASSOURAS/RJ” DO PPGGEO-UFRRJ.

Kana Karam

Empresa: Kana Karam Fabricação e Comércio de Aguardente de Cana e Cachaça

Endereço: Rua Américo Pedroso 444 -Demétrio Ribeiro – Vassouras – RJ.

Ano de início de produção: 2018

Tem alguma certificação? Sim () Não ()

Quais?

Possui premiações? Sim (X) Não ()

Quais? Medalha de prata na Expo Minas 2020

Registros:

Ministério da agricultura: Sim (X) Não ()

Licença ambiental: Sim (X) Não ()

1 . Histórico da produção:

Em 2018 – 6 mil litros de cachaça;

Em 2019 – 8 mil litros de cachaça

Em 2020 – 2 mil litros de cachaça

2. Técnicas de cultivo da cana de açúcar:

Técnica para cachaça orgânica, ou seja, cana e solo com tratos orgânicos, sem adubação química.

3. Quais as são práticas ambientais adotadas na produção da cachaça:

Em 2018, Fabio Karan começa, em Demétrio Ribeiro, Distrito do Município de Vassouras – RJ, uma produção artesanal de cachaça.

A preocupação não se limitava, todavia, à qualidade da bebida. Mais que isso, buscávamos uma atividade sustentável e com o mínimo impacto ambiental possível.

A cana é plantada na propriedade, com adubação orgânica, sem nunca utilizarmos aditivos ou defensivos químicos.

O corte é feito com enxada rente à terra, para prevenir a criação de porta de entrada para fungos e bactérias.

O transporte é realizado em veículo exclusivo para a garantia de não haver contaminação da cana que é despontada, despalhada e lavada antes da moagem.

Ninguém entra no alambique, durante o processo produtivo, sem os equipamentos de proteção à produção.

A caldeira é alimentada com o bagaço da cana, sendo, seu excedente, acrescido, tanto à cinza, produzida pela caldeira, quanto ao vinhoto (subproduto gerado na produção de cachaça), e utilizados na adubação do próprio canavial.

O vinhoto é diluído em água de chuva para não prejudicar a saúde do solo.

A ponta da cana é trocada, com os produtores locais de gado, por esterco para a complementação da adubação verde do canavial.

A água, utilizada para resfriamento e condensação da cachaça, circula em circuito fechado, por isso não há desperdício de um único litro de água nesse processo.

Até então, estava tudo bem, produção orgânica da cana e da cachaça; instalações aprovadas pelo Ministério da Agricultura, cachaça de qualidade e respeito à legislação trabalhista relativamente aos empregados, no entanto, surgiu um imprevisto, ou seja, a cachaça vem da

cana, e a cana tem um período de safra para a sua colheita quando da fabricação da cachaça que, geralmente, vai de junho a outubro, dependendo das chuvas.

Então, o que fazer com os empregados fora desse período?

Mantê-los até dezembro?

E os outros seis meses do ano? Como sobreviveriam?

A única forma de contornar esse problema seria com uma atividade que se desenvolvesse por todo o ano, daí a ideia da fabricação de cerveja.

Para tanto, seguimos os mesmos parâmetros da cachaça:

- Água de boa qualidade certificada pelo INEA;
- Matéria prima de excelência;
- Resfriamento do processo cervejeiro em circuito fechado, inclusive com utilização de água da chuva, garantindo que não haja desperdício de água, nem tampouco o risco de contaminação da cerveja;

Com isso, pretendemos o respeito ao meio ambiente; aos direitos dos empregados, aos recursos hídricos, aos consumidores, além de integração da comunidade local com o processo produtivo, seja pela via direta do emprego, seja pelo consórcio matéria orgânica / adubo.

Existe na propriedade mais de uma cisterna para a coleta, tanto da água da chuva, como da “água cinza” (aquela utilizada para o banho e para lavar roupa).

Existe também mais de um biodigestor para tratamento do esgoto, adubação das plantas e prevenção de poluição do lençol freático.

A água das chuvas, que antes ia parar na rua principal, agora é armazenada numa plantação de palmito pupunha, seja para sua irrigação, seja para abastecimento do lençol freático.

Já instalamos, e está em pleno funcionamento 160m², de painéis fotovoltaicos sobre o telhado da fábrica de cerveja, assim como visamos a instalação futura de sistema eólico para maximizar a captação de energia limpa.

A área de mata constante da propriedade foi objeto de processo, junto ao Poder Público Municipal, sendo decretada como RPPN (Reserva Particular de Patrimônio Natural / Mata Atlântica) para prevenção de utilização dessa área no futuro e garantia de preservação da mata.

Dessa forma, procuramos consorciar trabalho, produção, banco energético, empregabilidade, inserção da comunidade e respeito aos recursos naturais.

As instalações são dotadas de total acessibilidade, tendo inclusive sanitários com fraldário, para além, por óbvio, dos equipamentos necessários àqueles com deficiência motora, dentre estes a cadeira de rodas.

4. Histórico da visitação:

Desde as permissões legais posteriores ao período mais crítico da pandemia da COVID 19, visitação de terça a domingo de 08 às 18h.

5. Como são realizadas as visitas?

Voucher para visita guiada no alambique e na cervejaria, com direito à degustação de cachaça e cerveja.

6. Que tipos de ações podem ser feitas para melhorar e ampliar a atratividade turística para a visita do alambique:

Publicidade; incremento da mídia social, participação de projetos e programas institucionais.

7. Quantas pessoas em média visitam o alambique por semana?

Aproximadamente 50 (cinquenta) pessoas

8. O que é disponibilizado aos turistas na visita?

Já respondido

9. Quanto custa a visita ao alambique?

R\$40,00 por pessoa, com direito à mesma visita na cervejaria, degustação de tudo o que produzido aqui mais demonstração das práticas de sustentabilidade.

10. Pontos fortes da empresa em relação à visita:

Atenção e empatia

11. Pontos fracos da empresa em relação à visita:

Instalações ainda em construção

12. Oportunidades perdidas em relação à visita:

Ausência da divulgação necessária

13. Oportunidades e perspectivas em relação à visita:

Melhoria com o declínio da pandemia e com o término das construções em andamento.

14. Quais foram as dificuldades para começar a abrir o alambique para visita:

A pandemia.

Nenhuma entrada de índice de ilustrações foi encontrada.

APÊNDICE C - União Carvalheira

PESQUISA JUNTO AOS PRODUTORES DE CACHAÇA DE VASSOURAS PARA DISSERTAÇÃO “A CACHAÇA COMO ATRATIVO TURÍSTICO NO TERRITÓRIO DO MUNICÍPIO DE VASSOURAS/RJ” DO PPGGEO-UFRRJ

União Carvalheira – Não respondeu

APÊNDICE D - Perguntas aos moradores

1. Como você percebe o turismo na cidade de Vassouras?
2. Quais os impactos positivos e negativos da atividade turística para a cidade?
3. O que você considera que precisa melhorar em relação ao turismo na cidade?
4. Você sabe que a cidade possui uma produção de cachaça relevante no cenário nacional?
5. Como você percebe a produção de cachaça na cidade?
6. A cidade é envolvida na atividade relacionada a cachaça?
7. Existe uma espécie de orgulho dos vassourenses em relação à cachaça?

APÊNDICE E - Pesquisa com os expositores da Feira da Cachaça de Vassouras

Há quanto tempo você está no mercado?

- Menos de 2 anos
- Menos de 5 anos
- Menos de 10 anos
- 10 anos ou mais

Qual o principal objetivo da sua empresa ao participar da Feira da Cachaça de Vassouras?

- Captar novos clientes
- Realizar negociações dentro da feira
- Divulgar a marca
- Outro:

Como você avalia a feira em relação a local de realização?

- Ótimo
- Bom
- Regular
- Ruim
- Péssimo

Como você avalia a feira em relação à estrutura e recursos disponíveis (iluminação, limpeza,

energia elétrica)?

- Ótimo
- Bom
- Regular
- Ruim
- Péssimo

Como você avalia a feira em relação à organização geral?

- Ótimo
- Bom
- Regular
- Ruim
- Péssimo

Como você avalia a feira em relação à divulgação na mídia?

- Ótimo
- Bom
- Regular
- Ruim
- Péssimo

Qual sua percepção quanto estar presente na feira para consolidar sua marca?

- Ótimo
- Bom
- Regular
- Ruim
- Péssimo

Qual a sua percepção sobre a programação da Feira da Cachaça de Vassouras – 2022?

- Ótimo
- Bom
- Regular
- Ruim

Pessimista

Qual a sua região do país?

Norte

Nordeste

Centro Oeste

Sul

Sudeste