



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES – CCHLA**  
**LICENCIATURA EM CIÊNCIAS SOCIAIS**

**A MÍDIA IMPRESSA E A VALORIZAÇÃO SIMBÓLICA DA CACHAÇA  
PARAIBANA**

**João Pessoa-PB**

**2024**

MÁRCIA RIBEIRO LEITE

**A mídia impressa e a valorização simbólica da cachaça paraibana**

Trabalho de Conclusão de Curso de Licenciatura  
em Ciências Sociais - em cumprimento às  
exigências para a obtenção do título de  
Licenciada em Ciências Sociais.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Patrícia Alves Ramiro

**João Pessoa-PB**

**2024**

**Catálogo na publicação**  
**Seção de Catalogação e Classificação**

L533m Leite, Márcia Ribeiro.

A mídia impressa e a valorização simbólica da  
cachaça paraibana / Márcia Ribeiro Leite. - João  
Pessoa, 2024.

46 f. : il.

Orientador: Patrícia Alves Ramiro.

TCC (Graduação) - Universidade Federal da  
Paraíba/Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes,  
2024.

1. cachaça paraibana. 2. Mídia impressa. 3.  
Confrarias da cachaça. I. Ramiro, Patrícia Alves. II.  
Título.

UFPB/CCHLA

CDU 007:658

**MÁRCIA RIBEIRO LEITE**

**A MÍDIA IMPRESSA E A VALORIZAÇÃO SIMBÓLICA DA CACHAÇA  
PARAIBANA**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado a Coordenação do Curso de  
Ciências Sociais da Universidade  
Federal da Paraíba como requisito  
parcial para obtenção do título de  
Licenciada em Ciências Sociais.

Aprovada em: 29 de outubro de 2024

**BANCA EXAMINADORA**



---

Prof<sup>ª</sup> Dra. Patrícia Ramiro (orientadora)  
DCS/CCHLA/UEPB

Documento assinado digitalmente

**gov.br**

NINNO AMORIM DA SILVA  
Data: 29/10/2024 17:43:15-0300  
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

---

Prof<sup>º</sup> Dr. Ninno Amorim (examinador)  
DCS/CCHLA/UEPB



---

Prof<sup>ª</sup> Dra Mônica Franch (examinadora)

## RESUMO

O início do século XXI testemunhou um processo de ressignificação da cachaça na Paraíba, com a bebida transitando de um produto associado a grupos sociais marginalizados para um símbolo de identidade cultural e potencial econômico e turístico. Este estudo quer investigar esse processo, com foco especialmente na região do Brejo Paraibano, ao analisar como a mídia impressa, representada pelo jornal A União, no período de 2000 a 2010, contribuiu para a mudança na percepção e valorização da cachaça, levando em conta todo o contexto histórico e as relações de poder da sociedade. A pesquisa, de natureza qualitativa, empregou a análise de conteúdo como principal ferramenta metodológica, permitindo a identificação de padrões, temas recorrentes e menções da cachaça na mídia impressa. A experiência pessoal do autor em uma confraria de cachaça enriqueceu a análise, proporcionando entrevistas com atores que atuaram sobre o tema do consumo e da valorização dessa bebida.

**Palavras-chave:** cachaça; mídia impressa; Brejo Paraibano

## **LISTA DE SIGLAS**

**ASPECA** - ASSOCIAÇÃO PARAIBANA DOS ENGENHOS DE CACHAÇA DE ALAMBIQUE

**APC** - ACADEMIA PARAIBANA CACHAÇA

**CONPARÇA** - CONFRARIA PARAIBANA DA CACHAÇA

**IBRAC** - INSTITUTO BRASILEIRO DA CACHAÇA

**MAPA** - MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO

**MTUR** – MINISTÉRIO DO TURISMO

**PBDA** - PROGRAMA BRASILEIRO DE DESENVOLVIMENTO DA AGUARDENTE DE CANA, CANINHA E CACHAÇA

**PBDAC** - PROGRAMA BRASILEIRO DE DESENVOLVIMENTO DA AGUARDENTE DE CANA

**PIQ** - PADRÃO DE IDENTIDADE E QUALIDADE

**PRÓ – CACHAÇA** - PROGRAMA MINEIRO DE INCENTIVO À PRODUÇÃO DE CACHAÇA

**SEBRAE** - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

## **LISTA DAS IMAGENS**

**FIGURA 01** – Diário oficial do estado da Paraíba

**FIGURA 02** – Mapa do brejo paraibano

**FIGURA 03** – Primeira edição do jornal a união

**FIGURA 04** – Matéria de a união do dia 23 de abril de 2003

**FIGURA 05** – Capa da reportagem da edição dos dias 07 e 08 de julho de 2007

**FIGURA 06** - Página com entrevista a um produtor, edição dos dias 07 e 08 de julho de 2007

**FIGURA 07**– Matéria de A União – 15 de maio de 2008

**GRÁFICO 01** – formatos textuais usados nas citações sobre a cachaça entre os anos de 2000 a 2010

**GRÁFICO 02** – as marcas das cachaças mais citadas entre os anos de 2000 a 2010

**TABELA 01** – distribuição de citações textuais sobre a cachaça entre os anos 2000 a 201

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	6
<b>CAPÍTULO 1 - A CACHAÇA</b> .....	8
<b>1.1</b> Uma identidade.....	8
<b>1.2</b> Entre o artesanal e o industrial - métodos de produção.....	12
<b>1.3</b> Confraria da Lapada - degustando a bebida .....	14
<b>CAPÍTULO 2 - O BREJO PARAIBANO E SUAS RAÍZES NOS ENGENHOS</b> .....	21
<b>CAPÍTULO 3 - A CACHAÇA SE ESCREVE EM LETRAS GARRAFAS</b> .....	27
<b>3.1.</b> Virando as páginas - jornalismo e suas práticas.....	27
<b>3.2A</b> União num jornal.....	30
<b>3.3</b> O que se leu sobre cachaça na mídia impressa.....	32
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	42
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	45
<b>ANEXO 01 - Planilhas da pesquisa</b>	

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho que apresento para a conclusão do curso de Licenciatura nas Ciências Sociais perpassa também por experiência pessoal dentro do processo histórico onde se observou um aumento na produção e no consumo à cachaça, concomitante a uma tentativa de atribuição da bebida como um símbolo nacional da nossa cultura, colocando-a num novo patamar em relação às outras bebidas e em seu consumo crescente pelas classes sociais mais abastadas que antes a considerava uma bebida estigmatizada e associada a populações marginais.

Na Paraíba, esse processo de valorização da cachaça vem ocorrendo, especialmente, na região do Brejo Paraibano, onde a cachaça e seu passado colonial passam a ter um forte apelo cultural para o turismo da região (Ramiro; Parpet, 2018), uma região que detém a maior parte dos engenhos produtores de cachaça no estado.

O início do século XXI é também o momento, não só da virada histórica do milênio, mas o marco dos 500 anos da história do Brasil, colonial, ou seja, mais ou menos, 500 anos da produção da cachaça em território nacional. Foi também nesse contexto histórico de valorização simbólica da bebida que tive a experiência da primeira “lapada” de cachaça quando participei da criação da primeira *Confraria da Lapada*<sup>1</sup>, e estive presente nos primeiros anos de sua existência.

É dentro desse período histórico que esta pesquisa faz uma abordagem analítica sobre a forma e o conteúdo do que a mídia impressa da Paraíba comunicou e divulgou referente à cachaça em todo o contexto, com recorte temporal da primeira década do século XXI quando fortes investimentos são realizados para ressignificar a cachaça na Paraíba. A mídia impressa escolhida como espaço para a pesquisa foi o Jornal “A União”; o jornal mais antigo no estado que ainda mantém edições diárias, impressa e digital, *online*. Com a garantia de ter todas as edições desse período preservadas tanto no arquivo do próprio jornal, como também o arquivo histórico do Espaço Cultural, a pesquisa dos documentos foi realizada em parte pelos documentos já digitalizados, assim como a análise documental física nos arquivos. O material compilado para pesquisa corresponde a 3.432 edições do jornal entre os 11 anos, de 2000 até 2010.

---

<sup>1</sup>A Confraria da Lapada é mencionada nesse trabalho, não só por ter sido criada no ano de 2005, como também pelas entrevistas realizadas com integrantes da confraria e ainda ser considerada a segunda confraria do Brasil.

É uma pesquisa quantitativa por entender a análise de conteúdo como “uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação” (Bardin, 1977, p.19) e também qualitativa por entender que a interpretação é subjetiva e perpassa pela análise de conteúdo, não só dos documentos, como das entrevistas que no decorrer da pesquisa foi um recurso importante para trazer a experiência de sujeitos envolvidos nesse processo histórico.

As entrevistas foram realizadas com a idealizadora e fundadora da Confraria da Lapada, que ainda mantém suas atividades, com uma jornalista com grande interesse no tema e que já passou por várias confrarias e escreveu a Carta das Cachaças Paraibanas e pelo cofundador da recente Academia Paraibana da Cachaça. Utilizou-se um roteiro de entrevista semiestruturado, com perguntas abertas que permitiram aos entrevistados expressar suas opiniões e experiências de forma livre.

O trabalho traz breve relato histórico para apresentar o contexto, social, econômico e cultural na qual a cachaça está inserida desde sua origem colonial, perpassando sobre os tipos de processos que envolvem sua produção, classificação e normas, principalmente a partir dos decretos presidenciais no início do século XXI.

Apresenta e contextualiza a região do Brejo Paraibano, foco de atuação do trabalho, como o grande produtor da cachaça, uma região de relevância cultural e econômica no passado e no presente. E onde está localizada a cidade de Areia, denominada Capital Paraibana da Cachaça, instituída pela Lei nº 11.873/2021 do Deputado Estadual Eduardo Carneiro, vinculado ao Partido Solidariedade.

Antes das análises dos conteúdos, um breve relato acerca da formação e institucionalidade do Jornal A União, por se tratar do foco da nossa pesquisa.

## CAPÍTULO 1 - A CACHAÇA

### 1.1 Uma identidade

Segundo o Decreto Presidencial nº 4.851 de 02 de outubro de 2003 que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas, no seu art.92, diz:

Cachaça é a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, com graduação alcoólica de trinta e oito a quarenta e oito por cento em volume, a vinte graus Celsius, obtida pela destilação do mosto fermentado da cana-de-açúcar com características sensoriais peculiares, podendo ser adicionada de açúcares até seis gramas por litro, expressos em sacarose (Diário Oficial da União – Seção 1 – p. 6)

O decreto que vai estabelecer normas sobre a produção de bebidas pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA, o órgão é responsável por regulamentar essa produção, inspeção, registro e fiscalização das bebidas, como forma de garantir a qualidade e segurança dos produtos. Mas acima de tudo isso, o decreto passa a conferir uma identidade e qualidade única para a cachaça, diferenciando-a de uma “simples” aguardente de cana, e obtendo reconhecimento, não só pela qualidade, mas pela tradição e origem.

A cachaça é uma bebida que está intrinsecamente ligada a nossa tradição cultural, desde os primeiros anos da colonização portuguesa quando surgiram os primeiros engenhos de cana de açúcar no litoral brasileiro. A produção de um destilado da cana de açúcar já era encontrada em alguns textos, que fazem referência à produção do destilado, já em 1540 no Recôncavo Baiano, uma produção do então Governador Geral Mem de Sá em engenho de nome Cerecipe (Souto Maior<sup>2</sup>, 1970/71, p. 34 apud Barbosa, 2014, p. 39).

O início da nossa colonização pelos portugueses, no que Celso Furtado (2005) chamou de a primeira “empresa colonial agrícola europeia”, esteve alicerçada numa produção organizada para uma economia das grandes lavouras que pudesse atender ao comércio mercantil tipo exportação, e a indústria açucareira do Brasil foi pioneira no comércio da época estruturada através da força do trabalho escravo, onde essa mão de obra era a principal parte do processo produtivo, principalmente para os grandes engenhos açucareiros, que produziam o açúcar desde da sua plantação, colheita até o beneficiamento do produto final. E o êxito dessa “empresa agrícola” ocorreu por um somatório de fatores que perpassa pelo “relativo avanço técnico de Portugal” na produção e beneficiamento do açúcar, a parceria comercial

---

<sup>2</sup>SOUTO MAIOR, Mário. **Cachaça**: história, humor, medicina empírica, proibições, religião, serenata, sinonímia, sociologia e outros aspectos da aguardente no Brasil. Rio de Janeiro: Instituto do Açúcar e do Alcool, 1970/71 (Coleção Canavieira, v. 3).

com os Holandeses e acima de tudo a “solução barata” para mão de obra, como descreve Celso Furtado.

Por essa época os portugueses eram já senhores de um completo conhecimento do mercado africano de escravos: As operações de guerra para captura de negros pagãos iniciadas quase um século antes, nos tempos de Dom Henrique, haviam evoluído num bem organizado e lucrativo escambo que abastecia certas regiões da Europa de mão de obra escrava. (Furtado, 2005, p.23)

Para além dos grandes engenhos, existiam os pequenos engenhos, que por terem um custo na operação bem mais baixo, até muitas vezes no seu limite terem uma produção inteiramente familiar, tinham como objetivo os subprodutos da cana de açúcar que eram as rapaduras e a cachaça. Produtos esses que eram vendidos no comércio local, como traz Jaime Pinsky (2010) sobre a escravidão no Brasil, quando aborda a produção de cachaça que surgiu como uma atividade econômica secundária dentro da economia mercantilista colonial.

Concomitantemente ao deslocamento da maior parte da população escrava da cana de açúcar para o café, observei não só uma queda acentuada na produção de açúcar, o que seria razoável esperar, como ainda um grande aumento da produção de aguardente. Para isto utiliza-se mão de obra familiar, de agregados, e em poucos casos, de pequenos grupos de escravos, muitos deles mais velhos e com menor valor de mercado, colhendo a cana e movendo engenhocas. (Pinsky, 2010, p. 14)

Além da fabricação do açúcar e do mel, o destilado que surgia da cana de açúcar teve inicialmente várias denominações, tais como: “aguardente da terra”, “vinho da terra”, pinga, cana e ainda houve momentos que seu nome estava ligado diretamente a uma determinada região como no caso da cidade de Parati/RJ que na segunda metade do século XVII por sua crescente produção da bebida, o nome *parati* passou também a ser sinônimo para a cachaça (Barbosa, 2014, p. 33). A “aguardente da terra” como inicialmente era conhecida a cachaça competia diretamente com a “aguardente do Reino”, a Bagaceira – uma bebida destilada a partir dos bagaços de uvas produzida em Portugal, e com o “vinho do Porto” como “vinho da terra” diferenciando assim a origem de cada bebida. Assim também acontecia com outros produtos, não só as bebidas, que se distinguiam como “da terra” (Brasil) e os “do Reino” (Portugal) a partir de onde eram produzidos. Somente em meados do século XIX, no ano de 1873, a denominação cachaça aparece em Tesouro de Língua Portuguesa como termo do Brasil referindo-se “à aguardente produzida do mel, das borras de cana” no lugar dos termos “vinhos e aguardentes” para designar o destilado da cana de açúcar. (Casculo, 2006, p. 15).

Ao dirigirmos o olhar para a história da colonização do Brasil, observamos a presença constante da produção da cachaça concomitantemente com os diversos ciclos econômicos extrativistas. A cachaça, mesmo não atuando diretamente como ciclo econômico, sempre esteve presente nas relações socioeconômicas no Brasil desde o início da sua colonização. Os

primeiros núcleos sociais que surgiram no Brasil foram formados dentro dos engenhos onde nossos hábitos, as nossas tradições culturais começam a ser desenhadas.

Nos mais diversos aspectos a cultura da cana de açúcar além de ser decisiva na construção do país, fê-lo a partir de práticas sociais definidas segundo uma ordem patriarcal e personalista (Barbosa, 2014 p. 38)

A estrutura social dos engenhos era composta da “Casa Grande” onde viviam a elite patriarcal e das “Senzalas”, onde eram acomodados os negros escravizados, posições sociais essencialmente opostas. É nas senzalas, onde se encontrava a maior parte da mão de obra escrava, os negros africanos, que trabalhava na produção canavieira, que a cachaça é usada como parte da “dieta diária” dada aos negros para de certa forma suportar a condição social na qual foram forçados a se inserir, muitos dos senhores de engenhos adotavam essa prática como forma de “amansá-los” (Barbosa, 2014, p. 35), porém para outros senhores, a cachaça era um estimulante para que os negros tivessem uma atitude agressiva, o que facilitaria a uma insurreição contra seus senhores. Segundo o historiador Câmara Cascudo os negros desconheciam, assim como os indígenas, qualquer bebida destilada, sua produção não passava de bebidas fermentadas, como cervejas, garapas a base de frutas e raízes.

A cachaça passa a ser associada diretamente aos negros, e fica conhecida como uma “bebida dos negros” usada inclusive como uma moeda de troca no comércio de escravos.

Usada como instrumento colonizador, pode-se afirmar que a bebida se converteu em mecanismo poderoso ao processo de colonização do Brasil, seja para incrementar a economia pela compra de escravos, seja para desarticular insurreições e impulsos de escravos “teimosos” de sua condição. (Barbosa, 2014, p. 35)

E a partir de interesses econômicos, o tráfico de escravos “impôs a valorização contínua da aguardente, pois esta era indispensável na compra do negro africano, moeda sem embargo” (Feitosa, 2005, p. 35). A Companhia de Comércio criada em 1647, que era responsável por administrar o comércio entre a metrópole e a colônia, mandou proibir a fabricação de cachaça em todo território do Brasil através de uma Carta Real em setembro de 1649. O propósito era aumentar as exportações de vinho português que tinham sido afetadas diretamente pelo aumento do consumo e interesse pela cachaça no mercado interno e externo.

Entretanto, a proibição do comércio e fabricação da cachaça só fez aumentar sua produção de forma clandestina com interesses econômicos, devido principalmente à rentabilidade do tráfico de escravos e ao aumento do consumo interno da bebida. Várias revoltas populares no país eclodiram nesse período pelo direito de produzir e comercializar a cachaça. A mais importante foi a “Revolta da Cachaça”, que aconteceu no Rio de Janeiro no ano de 1660 em decorrência também da cobrança fiscal em favor do monopólio português,

que passariam a atuar de forma excessiva na cachaça. (Barbosa, 2014, p. 39) (Feitosa, 2005, p. 04)

O ciclo produtivo do açúcar que se encontrava em queda devido à concorrência crescente no mercado do açúcar das Antilhas e a descoberta das minas de ouro no interior acentuam a produção de cachaça nos engenhos, muitos deles pequenos produtores destinados à produção de cachaça e rapadura - que aparece como uma importante moeda de troca na aquisição da mão de obra escrava, que se faz necessária para a extração do ouro. Observamos uma presença constante da produção da cachaça concomitantemente com os diversos ciclos econômicos durante toda história brasileira incorporando-a a cultura nacional desde sempre.

A cachaça que nasce nas Senzalas e esteve associada aos negros e índios se distanciando das classes mais abastadas, ou seja, a elite patrimonialista da Casa Grande e de uma etiqueta dita “civilizada”, ligada às tradições culturais europeias, com a identidade adquirindo duplo aspecto: o de ser uma bebida – “aguardente da terra” – ligada aos negros e índios, ou seja, indivíduos “invisibilizados” nessa sociedade colonial e uma “fonte de identidade nacional” por estar presente em várias revoluções de cunho nacionalista (Barbosa, 2014, p. 39), um símbolo de resistência à dominação colonial.

Mesmo em momentos da história do Brasil onde a cachaça como um símbolo nacional esteve ameaçada, muitas vezes por tradições culturais europeias; movimentos como de 1922 – A Semana de Arte Moderna - contra a “velha estrutura social”, trouxe à tona a necessidade de resgatar símbolos culturais da nossa identidade nacional. Celso Furtado trata esse momento como uma “consciência de estar representando um papel equivocado na história” e essa nova consciência se efetivou pela mudança no processo produtivo da economia “primário - exportadora”, para uma economia industrializada e sua conseqüente urbanização, e esse novo cenário na economia levaram a uma necessidade de buscar uma identidade nacional.

Um contexto externo adverso havia imposto a introversão da economia, que se apoiava de forma crescente no mercado interno. Os velhos paradigmas vindo do exterior se esvaeciam. (Furtado, 2012, p.30)

No início deste século XXI, a cachaça foi servida para delegação portuguesa nas comemorações dos 500 do “descobrimento do Brasil”, como símbolo da nossa cultura, um passo importante para resgatar a bebida como genuinamente brasileira, um “símbolo de brasilidade e relação amistosa com outros povos” uma tentativa de alçá-la ao status dos maiores destilados do mundo (Feitosa, 2005, p. 22). No contexto entre final do século XX e início do século XXI foram criados Programas com o objetivo de valorizar a imagem da cachaça em eficiência e qualidade capaz de competir internacionalmente com os maiores

destilados, corroborando para a identidade da cachaça como um produto genuinamente pertencente à cultura brasileira.

Um deles foi o Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Aguardente de Cana - PBDAC no ano de 1997, anos depois o nome “aguardente de cana” foi substituído por “cachaça” no nome da sigla. Com a extinção do PBDAC, uma entidade representativa do setor da cachaça foi criada no ano de 2007 que passou a representar questões competentes à cachaça e suas derivações, que é o IBRAC - Instituto Brasileiro da Cachaça. (IBRAC, 2024).

Contudo é importante trazer aqui uma questão que Silva coloca sobre a “valorização social” que a cachaça vem alcançando nos últimos anos, respaldado pelos inúmeros decretos que tratam da fiscalização, padronização, classificação, registro, produção, fiscalização, inspeção, comercialização e exportação da bebida, podendo acarretar numa identidade cultural da cachaça que “tende a valorizar certas práticas em detrimento de outras”.

Uma vez que há várias maneiras de fazer, vender e beber cachaça, reconhecer apenas o produto em si pode implicar a negação de formas tradicionais de produção, comercialização e consumo, marginalizando as pessoas presentes nessas relações. (Silva, 2019, p. 35)

A cachaça popularmente reconhecida como um símbolo da nossa cultura, ainda segundo Silva, tem um grande desafio de não privilegiar e/ou desmerecer maneiras de produção que tem suas raízes na tradição familiar.

## **1.2 Entre o artesanal e o industrial - métodos de produção**

Atualmente a cachaça é classificada de acordo com seu método de produção/fabricação: que pode ser o industrial ou o artesanal (Feijó e Maciel, 2001apud Feitosa, 2005). Sendo a cachaça industrial geralmente produzida em maior escala que a cachaça artesanal<sup>3</sup> e destilada em “colunas industriais”, enquanto a artesanal é destilada em alambique de cobre, e produzida em volumes menores e num ritmo mais lento que a industrial. Com todo processo automatizado de produção a padronização é um atributo básico o que dá ao produto industrializado requisito para exportação - larga escala -mas perde na qualidade do aroma típico da cana de açúcar encontrado na cachaça artesanal ou de alambique e segundo Feitosa isso acontece principalmente pelo “aproveitamento total do volume fermentado para a destilação” sem a separação no processo das partes conhecidas como “cabeça”, “coração” e “cauda”. No entanto na cachaça artesanal/ alambique na separação “é utilizado somente o

---

<sup>3</sup> O termo artesanal não é mais usado para definir esse modo de produção. O produtor também não pode expor no rótulo a expressão artesanal, como designação, tipificação ou qualificação da bebida. Portaria MAPA Nº 539, de 26 de dezembro de 2022

coração do destilado” o que permite que a cachaça de alambique se enriqueça em componentes favoráveis ao aroma e sabor. (Lara de Oliveira, 2010, p. 13)

A cachaça artesanal por ter um ritmo de produção mais lento faz também com que as reações químicas necessárias para o desenvolvimento de textura e aroma ocorram de maneira adequada (Feitosa, 2005, p. 07). A padronização, o aproveitamento total do volume fermentado para a destilação e ainda o fluxo constante da indústria não permite que o produto obtido se destaque em termos sensoriais, como seu aroma e sabor, um desafio que a indústria tem tentado aprimorar.

O estado de São Paulo lidera a produção industrial da cachaça e Minas Gerais se destaca como principal produtor artesanal. Desde de 1995, a produção de cachaça industrial tem se mantido estável, enquanto a cachaça de alambique apresenta um crescimento em torno de 5% ao ano. (Lara de Oliveira, 2010, p. 09)

Por apresentar um custo mais alto na sua produção, a cachaça artesanal apresenta um custo mais elevado, com maior potencial no mercado, dada a sua exclusividade na produção. Vale salientar que para além das formas de produção - artesanal e industrial, a graduação de álcool na composição final do produto vai determinar a sua nomenclatura, ou seja, toda cachaça é uma aguardente, mas nem toda aguardente é uma cachaça, pois para a aguardente o teor alcoólico é de 38% a 54% e a cachaça possui uma variação entre 38% a 48%. Podendo então potencializar o valor da cachaça artesanal no mercado interno e externo, Silva pontua que o termo artesanal, é utilizado para simbolizar um produto não “massificado”, mas acredita que o termo cachaça de alambique era uma alternativa para se distinguir das cachaças industrializadas.

Num país de proporções territoriais continentais, com uma diversidade de biomas e humana como o Brasil, considero um problema estético e ontológico tentar unificar os diversos sabores, aromas e teores alcoólicos presentes em todo o território. A produção industrial sempre vai querer atingir a meta da homogeneidade da cachaça para atender aos fins empresariais capitalistas. A produção artesanal, na contramão do movimento industrial, burla as leis para manter a diversidade que registra e reproduz as diferentes maneiras encontradas por parte dos brasileiros para continuar produzindo cachaças há mais de quinhentos anos (Silva, 2019, p.114)

Na sua pesquisa, Silva observou que em termos de escala/volume de produção, bastam duas marcas de cachaças industrializadas (colunas) para superar em litros/ano todas as cachaças de alambique (artesanal) com registros nos órgãos reguladores.

A mais recente Portaria nº 539/2022 do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento traz pela primeira vez, a definição da “Cachaça de Alambique”, que a partir de então deverá ser produzida exclusivamente em alambiques de cobre e obtida a partir da destilação do mosto fermentado do caldo de cana de açúcar crua. A cachaça de alambique passa a ser regulamentada a partir desta portaria que estabelece o Padrão de Identidade e

Qualidade (PIQ), da aguardente de cana e da cachaça comercializada em todo território nacional.

### **1.3 Confraria da Lapada - degustando a bebida**

Pode-se dizer que meu trabalho de campo começa lá atrás, quando minha primeira memória da cachaça junto a um grupo que alcunhado de “Confraria da Lapada”, com uma formação inicial criada no ano de 2005.

O Grupo Cataguases - de Minas Gerais tinha comprado no final do ano de 2000 a concessão do fornecimento de energia no estado da Paraíba - a Energisa. O grupo ocupou antigos galpões erguidos no início do século XX, e que sempre estiveram ligados com a história do fornecimento de energia, no primeiro momento foi sede da Empresa Tração Luz e Força, depois como almoxarifado da SAELPA - Sociedade Anônima de Eletrificação da Paraíba e, finalmente, no ano de 2003, depois de uma grande reforma, transformou-se na Usina Cultural da Energisa, espaço no qual deveria colocar em prática políticas de responsabilidade social e cultural exigidas para regulamentação da empresa.

Dentro deste complexo da Usina Cultural, o Parahyba Café, um bistrô/bar administrado por dois empresários locais, foi palco para a criação, no ano de 2005, da Confraria da Lapada, nome que, no princípio, foi alvo de algumas controvérsias: A palavra “confraria” naquele momento estava ligada a uma operação da polícia federal envolvendo políticos com o nome de “Operação Confraria”, uma operação de “irmandade” num esquema envolvendo licitações irregulares. Apesar dessas críticas, ao final, teve seu conceito aceito, relacionando-o ao que aparece definido no dicionário de português do “Google”, como uma “associação ou conjunto de pessoas do mesmo ofício, da mesma categoria, ou que levam um mesmo modo de vida”, foi com esse sentimento de reunir “experiências” e “curiosidade pela bebida genuinamente brasileira” que a “presidente”<sup>4</sup> da Confraria da Lapada, em entrevista realizada pela autora em julho de 2024, definiu a motivação que levou a criação “da segunda Confraria de Cachaça do Brasil, a Confraria da Lapada”.

Na época não existia referência de outras confrarias, ou seja, grupos que se reuniam em torno da cachaça de maneira formalizada, a exemplo dos “Clubes do Vinho”, mas atualmente a Confraria de Cachaça Copo Furado de 1994 na cidade do Rio de Janeiro é validada como a mais antiga confraria, e segundo a Fernanda Melo, a Confraria da Lapada já é reconhecida e respeitada nacionalmente como sendo a segunda confraria do país. No site da Confraria de Cachaça Copo Furado, sua origem é definida como:

---

<sup>4</sup> Desde início da Confraria da Lapada convencionou-se a dar títulos aos integrantes fundadores e a Fernanda Melo, arquiteta, que recebeu o título de presidente na ocasião, ficou desde então sendo usado.

A Confraria de Cachaça Copo Furado nasceu em 1994, da reunião de pessoas que apreciavam a bebida brasileira de qualidade e queriam fazer por ela algo mais do que somente consumi-la com prazer. *Gente com visão de futuro*. (grifo nosso) (Santos, Aloisio. Confraria da Cachaça Copo Furado. 2024.

Para a definição sobre o uso do nome “Lapada” para a confraria, a presidente justifica como sendo um termo regional que remete a “dose de cachaça”:

Na época sentimos que chamou a atenção e também ligaram muito ao termo de forma pejorativa, por existir uma banda com baixo nível musical com nome similar. Porém insistimos com o nome, esclarecendo por onde passamos e hoje temos respeito e reconhecimento em todo Brasil, inclusive muitos já utilizam deste termo para referência de uma dose de cachaça, como uma das confrarias que mais trabalha para a valorização e reconhecimento da bebida com todos os seus valores, históricos, culturais, antropológicos, sociais, econômicos do povo brasileiro. (Fernanda Melo, 2024)

No início os encontros aconteciam semanalmente no Parahyba Café, nas quartas - feiras iniciando às 18hs00 para a “degustação de um rótulo”, que segundo a Melo, “não tinham ordem de seleção” desse rótulo, deixando a cargo dos “confrades” a apresentação de marcas que gostariam que fossem degustadas. Depois de um tempo as reuniões passam a ser quinzenal e itinerante, isto é, realizando encontros em outros estabelecimentos comerciais que tivessem interesse em receber a Confraria da Lapada, devido a “mídia espontânea das colunas sociais” os estabelecimentos era quem convidava a confraria.

As atividades da confraria estavam direcionadas para “a divulgação e promoção das cachaças paraibanas”, fazendo parte do que Parpet e Ramiro chamam de processo de valorização simbólica de uma bebida tipicamente associada à escravos, em seguida operariado e classes populares (Parpet, Ramiro, 2018), trazendo as marcas e seus produtores para as reuniões, eventos e palestras com esses produtores e também professores da Universidade Federal da Paraíba para falar sobre o processo de fabricação; assim como viagens para conhecer todo o processo produtivo de cachaça nos engenhos do Brejo Paraibano, o que era denominado de uma “visita técnica”.

A presidente e idealizadora da Confraria da Lapada é paraibana formada em Arquitetura e Urbanismo –1990 “consultora em desenvolvimento territorial, promotora do Brasil Cachaças, ativista da cachaça e *sommelier* de cachaça” informação trazida pela própria entrevistada, e neta de “senhor de engenho”, do Engenho Clã do Ingá na cidade de Pilar, se sentefamiliarizada com a cachaça, pois segundo ela própria, era comum beber com seu pai e seus 07 irmãos, todos apreciadores da cachaça.

A presidente nos chama atenção para os anos entre 2005 e 2009 em que as reuniões e participações em eventos dos “confrades” chegaram a reunir até 100 participantes - com a prevalência de homens e a classe social atraída, “de média até alta”, tendo a participação

constante das marcas de cachaça, como a “Bandeira Branca, São Paulo e Volúpia”.

Essas três marcas, junto com as premiadas Serra Limpa e Serra Preta, eram as cachaças mais conhecidas na época. Sendo a Cachaça Volúpia a única da região do Brejo Paraibano, do município de Alagoa Grande, produzida no Engenho Lagoa Verde, administrado pela “família Lemos”, já na quinta geração (Carta Cachaças da Paraíba, 2017), a cachaça foi batizada no ano de 1946, com uma capacidade de produção de “180 a 200 mil litros por safra” (Carta Cachaças da Paraíba, 2017).

Na mesma década de 1940 do século XX o Engenho São Paulo - município de Cruz do Espírito Santo - também começa a engarrafar as “cachaças de alambique” São Paulo e Cigana, com uma produção muito superior, de “mais de cinco milhões de litros por ano” (2017).

O Engenho Bandeira Branca localizado no município de Mamanguape, é que produz a cachaça Bandeira Branca desde 2001, uma herança da Usina Monte Alegre - 1940, com 16 anos de funcionamento, tinham uma produção de “sessenta mil litros por safra, porém o engenho tem capacidade para produzir 360 mil litros de cachaça, utilizando-se apenas do cultivo próprio. ( Carta Cachaças da Paraíba, 2017)

Os executivos do Grupo Cataguases que estavam na direção da Energisa - empresa que atua na distribuição e comercialização de energia no Estado da Paraíba - como “bons mineiros”, eram consumidores da bebida, elonge da terra natal, a cachaça paraibana passou a ser a alternativa. Nesse sentido, detectamos que três integrantes dessa diretoria fizeram parte da formação inicial da confraria, fato que talvez seja a razão da permissão de uso do complexo da Usina Cultural, ainda que dentro de um comércio privado, o Parahyba Café, no período de 2005 até 2009.

Vale ressaltar a importância do estado Minas Gerais que já era uma referência na produção de cachaças premiadas, pioneiro em programas de valorização da cachaça com avanços tecnológicos para sua produção e beneficiamento da bebida, a exemplo de leis estaduais, como a Lei nº 11.949/2001, a “Lei da Cachaça de Minas”; que estabelece padrão na qualidade do produto e no seu processo de fabricação. Essa lei já vinha na esteira do governo mineiro quando criou na década de 90 o “Programa Mineiro de Incentivo à Produção de Aguardente” (Pró-Cachaça), regulamentado pelo Decreto Estadual nº 34.645/1993.

As fichas técnicas de cada cachaça que traz informações sobre a “identidade” do produto têm o item que trata das análises sensoriais com o objetivo, identificar e qualificar características sensoriais que possam indicar pontos positivos da cachaça, em relação, por

exemplo, à aguardente. O próprio Decreto Presidencial nº 4.851 de 02 de outubro de 2003, no seu art.92, traz a expressão “características sensoriais peculiares”, mesmo sem deixar claro o conceito de peculiares. A análise sensorial é realizada em função das respostas transmitidas por indivíduos através de percepções da visão, olfato, audição, tato e gosto. Onde o “estímulo é medido por processos físicos e químicos e as sensações por efeitos psicológicos”. (Pinheiro, 2020, p. 07)

A Confraria da Lapada, como informou a presidente, “ensaiava instintivamente a análise sensorial”, quando distribuía “fichas de sensações” para que novos frequentadores pudessem descrever quais sensações que a bebida proporciona ao primeiro gole; colocando assim a confraria como “pioneira” nesse processo.

Essas descrições tinham, pelo menos no início, algo de performático no ato de descrever a bebida a partir do primeiro gole. Todavia, alguns participantes as tornavam mais divertidas, e acabavam por recordar sensações negativas que são frequentemente atribuídas à cachaça, devido seu alto teor alcoólico, e estigmas relacionados aos “cachaceiros”, como frases do tipo: “estou sentindo que alguém vai me levar pra casa” ou “não sinto nada, só uma dormência”.

A falta do hábito de seu consumo nestas classes sociais era alvo de inovações, como o “truque” de colocar gelo dentro da cachaça para que o teor alcoólico fosse menor - ou mesmo trazer a ideia do uísque - e assim, permitir beber sem fazer caretas. Não era muito comum tomar cachaça na sua versão “estupidamente gelada”, pois afirmavam que, como bom apreciador, a cachaça tem que ser “degustada” no seu estado natural. Tal versão é diferente da defendida por alguns produtores, que muito provavelmente por interesses comerciais, admitiam a versão resfriada da cachaça, como nesta entrevista, em 2017, dada pelo empresário Múcio da Cachaça São Paulo ao jornal “A União”:

*Mas não é só pelo sabor que as cachaças da Paraíba se distinguem. Hábitos de consumo adotados na região dão versatilidade à bebida e ampliam as possibilidades de combinações. “Costumes como apreciar a cachaça gelada ganharam força por aqui nos últimos 10 anos. Quando resfriada, ela fica ainda mais saborosa, porque a presença do álcool é menos perceptível ao paladar, evidenciando as características da cachaça, diz Mucio. (Jornal A União, 2017)*

A Instrução Normativa nº 13 de junho de 2005, publicada pelo Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA) aprovou um regulamento técnico para fixar esses padrões de identidade e qualidade tanto para a aguardente de cana, como para a cachaça tendo em conta que todo licenciamento das bebidas para comércio está a cargo deste ministério, por intermédio da Secretaria Nacional de Defesa Agropecuária. (Pinheiro, Sandra

Helena. M, 2010, p. 06).

As atividades ligadas ao nome da Confraria da Lapada são mantidas pela “presidente” da confraria, a única do grupo inicial que ainda permanece, com reuniões semanais ainda nos dias atuais, com uma média de 20 participantes, de forma não presencial, ou seja, reuniões virtuais.

Após essa primeira confraria na Paraíba, outras confrarias de cachaça foram se organizando pelo estado, além da Confraria da Lapada de 2005, temos também: a Confraria da Cachaça de Alagoa Grande com o objetivo de promover a cachaça e sua cultura no município, criada em 2007. A Confraria da Cachaça de Bananeiras de 2011 e a mais recente encontrada que é a Confraria da Cachaça de Ingá de 2015, já mudando da região do Brejo para o Agreste Paraibano e, finalmente, a CONPARÇA - Confraria Paraibana da Cachaça, em 2022, na cidade de João Pessoa.

No ano de 2020 foi criada a Academia Paraibana Cachaça (APC), vale ressaltar que este foi um ano em que passamos pela pandemia da Covid 19, um momento de muito isolamento social, o que não impediu seus idealizadores, inicialmente “seis apreciadores”, de formalizá-la no dia 13 de setembro de 2020, como consta no estatuto da academia. Na história da cachaça, no período colonial, este dia marca a data em que liberaram a produção e comercialização da cachaça, no ano de 1661, após várias revoltas, como a exemplo da Revolta da Cachaça na cidade do Rio de Janeiro. Essa data também é dedicada ao Dia Nacional da Cachaça, pelo Projeto de Lei nº 5.428/2009, do então Deputado Federal Valdir Colatto - MDB-SC.

Os encontros no início da APC foram por videoconferência, depois essas reuniões virtuais passam a ser mensais, com encontros presenciais a cada bimestre, geralmente para uma solenidade e/ou a posse de um novo membro. (Juiz, entrevistado em 2024<sup>5</sup>).

Academia Paraibana da Cachaça ao se apresentar “diferente das confrarias”, defende a autenticidade da APC ao colocá-la no patamar de outras academias que tenha correlação com certa representatividade social e formalidade, a exemplo, do número fechado para associados, com 40 (quarenta) membros titulares e efetivos, e que de preferência tenha residência na Paraíba; e cada acadêmico titular “tem um Patrono perpétuo e imutável, em homenagem a personalidades que tenham se notabilizado nas atividades relacionadas à cadeia produtiva da cachaça, estudos e valorização desse produto”. (Estatuto da Academia Paraibana da Cachaça,

---

<sup>5</sup> O contato com o juiz que é o cofundador da APC, foi mediado pela Fernanda Melo, presidente da Confraria da Lapada, mas o próprio só se comunicou através do whatsapp, onde obtive uma rápida entrevista em julho de 2024

Cap.II, Art. 6º,§ 1º). Dos 34 membros que fazem parte da APC, atualmente (2024), a presidente da Confraria da Lapada ocupa a cadeira de nº 14 onde presta homenagem a Antônio Inácio da Silva<sup>6</sup>, fundador da Cachaça Serra Limpa, que faleceu no ano de 2021.

Apenas 07 mulheres ocupam uma cadeira na APC, e apenas uma mulher como “Patrono”, que é a pintora Tarsila do Amaral, segundo a acadêmica que ocupa a cadeira de nº 15 - Rosa Aguiar<sup>3</sup>, a escolha foi aceita pelo fato da artista promover “reuniões com os artistas e intelectuais, oferecendo a bebida genuinamente brasileira” nos dois anos em que morou em Paris (1920/1922), e se tornar “ a primeira mulher a divulgar a cachaça fora do Brasil”.

A Academia Paraibana da Cachaça tem por finalidade - prevista em seu estatuto- “promover e difundir a cachaça nos seus aspectos científicos, históricos, geográficos e culturais;” (Art.3º), uma questão muito importante para ser considerada, quando se pensa de que tipos de aspectos histórico-culturais estariam pautados num contexto restrito para o conhecimento.

Houve avanços na questão do preconceito com a bebida e com a mulher bebendo cachaça, mas poderia ser bem melhor. As confrarias deveriam fazer mais eventos sobre a história da bebida e degustações para quem não sabe nada, não conhece a cachaça e não apenas reuniões para beber com quem já gosta. (Rosa Aguiar, acadêmica)

O mais recente acadêmico a tomar posse na APC foi o cronista e escritor Gonzaga Rodrigues (2024) e na sua crônica para o Jornal A União diz:

Sempre retraída, a Paraíba, que pelo doce de sua cana chegou a dar nome à primeira destilação em terras de Pernambuco, precisou quatro séculos para assumir o culto a sua bebida em *status de academia*. (Cachaça e sua Academia, 2024)(grifo nosso).

No contexto social de reconhecer a cachaça como patrimônio cultural, as Confrarias, ou mesmo as com status de Academia, parecem ainda pautar a “bebida nacional” de forma a criar certo nível de sofisticação, ou seja, se fala muito em “degustar”, em ter uma “taça específica”, “harmonização” com a gastronomia formalizando um ritual de apreciação para um público específico e para as chamadas “cachaças de qualidade”, essa maneira de consumir a bebida, é claro sem esquecer “com moderação”, tem um forte apelo civilizatório que coloca grupos marginalizados como consumidores, além de “abusivos” e de um produto mais popular considerado mais uma “aguardente de cana” que tem seu valor comercial, e de qualidade, diferenciado da cachaça de alambique. (Silva 2019), ( Ramiro e Parpet, 2018).

Para um integrante da APC todo esse ritual em torno da “*gourmetização*” da bebida se faz necessário, não só pelo custo do investimento em qualidade por parte dos investidores, identificando o formato “cerimonial” que fez “do vinho ser o que é” e acrescenta que esse

<sup>6</sup> Na pesquisa no jornal A União observei que o Sr. Antônio Inácio da Silva foi o único produtor de cachaça que teve uma matéria específica com sua história

aspecto distintivo em torno da cachaça “não discrimina o apreciador das classes mais populares porque há bebidas ainda a preços baratos”. Vale ressaltar que a própria cachaça já foi conhecida no período colonial como “vinho da terra”, percebe-se que o status ritualista que o vinho pode ter alcançado não tem respaldo na indicação geográfica, mesmo porque o vinho pode ser produzido em qualquer parte do mundo, seu poder distintivo vem de uma cultura eurocêntrica.

## CAPÍTULO 2 - O BREJO PARAIBANO E SUAS RAÍZES NOS ENGENHOS

A Lei Estadual 12.042 de 08 de setembro de 2021 institui o dia Estadual da Cachaça Paraibana, a dia escolhido foi o dia 10 de junho, a mesma data que reconheceu a cachaça como patrimônio cultural e imaterial do Estado da Paraíba no ano de 2010, a Lei 9150/2010 do então Deputado Carlos Batinga (PTB), em seu - Art.1º A Cachaça passa a ser considerada Patrimônio Cultural e Imaterial do Estado da Paraíba - reconhecimento ao valor cultural e econômico que a cachaça vem adquirindo ao longo de sua história que se inicia no processo de colonização do Brasil, e em particular no Estado da Paraíba, pela grande produção da cachaça atualmente na região.



FIGURA 01 – Diário Oficial do Estado da Paraíba – Fonte: Diário Oficial do Estado da Paraíba

A Região do Brejo Paraibano, uma das 23 microrregiões da Paraíba, composta por oito municípios de Areia, Pilões, Serraria, Bananeiras, Borborema, Matinhas, Alagoa Nova e Alagoa Grande (Belizario et al, 2019, p. 02) se caracteriza dentro do Agreste Paraibano como uma área com condições geográficas diferenciadas para a cultura da cana de açúcar e seus derivados. É nessa região que se concentra a maior parte dos engenhos do estado no passado, desdeo período colonial até os dias atuais. De acordo com os dados do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (2021), além do Estado da Paraíba despontar como o estado da Região Nordeste que mais produziu bebidas a base da cana de açúcar, como cachaça e aguardente de cana, especificamente a cidade de Areia no Brejo Paraibano teve o destaque por estar entre os dez municípios nacionais com maior número de marcas registradas no órgão.

Atualmente uma grande parte da produção de cachaça da região está direcionada para a atividade turística na região, “uma valorização simbólica da cachaça artesanal produzida nos engenhos, na qual o discurso do passado é um dos principais atribuidores de valor ao presente e ao produto” ( Ramiro e Parpet, 2018,p. 78).



**FIGURA 02 - Mapa do Brejo Paraibano – Fonte: Desenho da autora**

A história dos engenhos de cana de açúcar na região do brejo paraibano perpassa por outros ciclos econômicos ligados a outras culturas agrícolas, com destaque para cinco formas de exploração como: algodão, cana de açúcar, café, agave e pecuária (Oliveira, 2021, p. 38 apud Almeida, 1980), contudo a cultura da cana de açúcar associada ao poderio dos senhores de engenhos foi a que mais marca deixou na sociedade local, reflexos nos patrimônios materiais e imateriais da região (Oliveira, 2021, p. 38). O registro do primeiro engenho da região - o Engenho Bolandeira, está datado do ano de 1764 - século XVIII. (Cavalcante, 2013, p. 17 apud Almeida, 1994, p. 20-21). O Brejo Paraibano sempre esteve ligado a uma economia produtiva de base agrícola, perpetuando formas de poder socialmente construídas desde seu passado colonial.

A partir da segunda metade do século XX o potencial produtivo industrial das Usinas se desponta na economia desenvolvimentista nacional, na região do Brejo Paraibano a chegada da Usina Santa Maria na década de 30 só teve seu ápice produtivo principalmente depois de incentivos do governo no setor para uma “agroindústria canavieira” voltada para o açúcar e o álcool (álcool hidratado para combustíveis automotivos) (Ramiro e Parpet ,2018, p.

79) o que levou a falência de muitos dos antigos engenhos produtores da cachaça de alambique, que passaram a ser conhecidos como de “fogo morto”, aqueles que se tornam improdutivos por não conseguirem competir principalmente com a eficiência tecnológica das usinas.

Contudo no final do XX, nos anos 90, a Paraíba vive um “novo ciclo da cana de açúcar”(Barbosa, 2014, p. 84) quando são reativados antigos engenhos e novos surgem concentrados agora na produção da cachaça produzida em alambique, um fenômeno ocasionado pela falência da Usina Santa Maria que deixou grande parte da mão de obra local sem emprego, mas também pelo fortalecimento contínuo da cachaça no mercado nacional e internacional, motivaram para um novo formato de engenho, mas integrado com novos conceitos.

Para os senhores de engenhos da região, as alternativas, que aparecem de maneira diferenciada conforme as disposições sociais de cada um, podem ser resumidas nas seguintes estratégias: negociação para desapropriação de terras com o Estado brasileiro, vendas de terras para grandes construtoras ou loteamento para criação de condomínios de médio e/ou alto padrão, investimento em pecuária bovina, [...], a reconversão dos engenhos em produtores em cachaça artesanal (Ramiro e Parpet, 2018, p. 80)

Atualmente, a Paraíba tem cento e noventa e setemarcas de cachaça registradas no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA. De acordo com o anuário, “A cachaça no Brasil - Dados de registro de cachaças e aguardentes” publicado em 2021 pelo ministério, o estado teve, em 2020, um aumento de 21% no número de estabelecimentos produtores de cachaça em relação ao ano anterior, figurando entre os dez estados com maior quantidade de estabelecimentos. A Paraíba se encontra na sétima posição, entre os estados da federação, em número de produtores da cachaça, num total de quarenta fica em primeiro lugar na região nordeste. (MAPA, 2021, pg. 13)

Das quase duzentas marcas da bebida registradas na Paraíba, oitenta são da cidade de Areia que se destaca também pelo número de estabelecimentos produtores, com um total de nove engenhos. Levantamento feito pela Associação Paraibana dos Engenhos de Cachaça de Alambique (ASPECA), os engenhos paraibanos produzem, por ano, um total de 12 milhões de litros de cachaça.

O município de Areia, na Paraíba, também se destacou no cenário nacional, galgando posições, tendo recebido o título de Capital Paraibana da Cachaça através da Lei nº 11.873, de 19 de abril de 2021. (MAPA, 2021), após duas décadas de esforços do governo para aperfeiçoar a produção e a qualidade da cachaça dentro do contexto nacional de valorização da cachaça. A produção de cachaça vem repetindo uma tradição familiar com segredos sendo repassados através das gerações. Tradição evidenciada no catálogo que foi lançado no ano de

2017, como título de “Carta – Cachaças da Paraíba”, uma iniciativa da ASPECA (Associação Paraibana dos Engenhos de Cachaça de Alambique) com apoio do governo estadual; a proposta desta “carta” é “ver a cachaça paraibana conquistando seu espaço nacional e internacionalmente a partir da produção desse portfólio”, Vicente Lemos (Carta - Cachaças da Paraíba, 2017). O catálogo apresenta a história de dezenove marcas de cachaça paraibanas - que estavam associadas à ASPECA - em textos produzidos pela jornalista a partir de pesquisa realizada em visita local aos engenhos, e pôde ouvir os relatos históricos das origens, tradições e lutas que envolvem os engenhos e as famílias envolvidas.

A ideia de reunir os produtores associados (ASPECA) nesse “projeto exitoso” é, segundo Vicente Lemos<sup>7</sup>, presidente da associação, a melhor forma de “seguir para chegar mais longe”, e o escritor e jornalista paraibano, Gonzaga Rodrigues, reitera a importância dessa união.

Demorou um pouco, mas, seguindo o exemplo de Minas, os remanescentes da indústria aguardenteira do Brejo Paraibano reuniram-se em associação e passaram a reivindicar políticas de apoio à restauração e melhoria de uma atividade secular que cada vez mais vinha apagando seus bueiros (Carta das Cachaças da Paraíba, 2017, p.46)

E mesmo concorrendo com economias mais fortes, como é o caso da região sudeste, a Paraíba “faz jus a natureza da terra sempre da melhor cana e da melhor intuição do produto para assimilar a moderna tecnologia como assimilava o segredo dos velhos alambiques.” Gonzaga Rodrigues (Carta - Cachaças da Paraíba 2017). Vale ressaltar que a região sudeste registra um percentual de 68,7% dos produtores com registros na produção da cachaça. (MAPA, 2021).

O Brejo Paraibano contou com o apoio de várias instituições com o propósito de desenvolver economicamente a região. Como podemos observar no depoimento do Superintendente do Sebrae Paraíba - no então lançamento da Carta - Cachaças Paraibana em 2017.

Sua relação direta com a indústria açucareira moderna e com os antigos engenhos que ultrapassam os desafios do tempo leva a instituição a promover iniciativas que favoreçam a inserção competitiva da cachaça paraibana num mercado cada vez mais global. (Walter Aguiar)

O turismo que atualmente é muito forte na Região do Brejo Paraibano, e consolidou seu crescimento econômico concomitantemente com o processo de ressignificação da atividade dos engenhos a partir da segunda metade da década de 90, século XX, essa “reconversão para cachaça” (Ramiro e Parpet) foi importante a partir das políticas e investimentos públicos que impulsionou o turismo na região. Um importante incentivo foi o

---

<sup>7</sup>Vicente Lemos é o produtor da Cachaça Volúpia do Engenho Lagoa Verde no município de Alagoa Grande e presidente da ASPECA na ocasião.

Programa de Regionalização do Turismo - Roteiro do Brasil (MTUR, 2004).

Foi de fundamental importância para as transformações ocorridas na região do Brejo Paraibano, ao colocar em prática a criação de esferas que se diziam mais participativas e democráticas, as quais, na realidade, seriam definidoras dos agentes que possuíam as disposições necessárias, especialmente o capital político, para serem incluídos nas regras do jogo. (Ramiro e Parpet, 2018, pg. 88).

Apesar de seus aspectos históricos e culturais da região teruma forte inclinação natural para oturismo, o formato dos programas governamentais do tipo “regionalizado e descentralizado” trouxe a nível local interesses de “grupos específicos” e de maneira mais regional interesses em comum, que no caso do Brejo Paraibano, seria a valorização da tradição através dos engenhos e produção de cachaça “artesanal” unindo uma produção associada ao turismo, e o surgimento de eventos e roteiros integrados. (Ramiro e Parpet, 2018).

O primeiro desses eventos foi o I Festival Brasileiro da Cachaça e da Rapadura (1997) depois passou a ser conhecido como o “Bregareia”; nesse mesmo ano a Associação Brasileira de Bebidas criou o Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Aguardente de Cana, Caninha e Cachaça - PBDA. O Bregareia era um evento para grandes públicos, e teve 16 edições (1997 - 2016), mas tudo começou como:

Um evento acadêmico, no qual produtores locais, estudantes, representantes de instituições públicas e privadas e alguns convidados discutiam ações para melhoria da produção de cachaça na Paraíba, o festival ganhou proporções maiores quando a prefeitura local “comprou a ideia” e patrocinou shows musicais de estilo Brega, em paralelo a oferta de degustação pelos produtores de cachaça da microrregião do Brejo. O objetivo era dar visibilidade e impulsionar a produção e consumo da cachaça produzida no Brejo, predominantemente de forma artesanal. (Oliveira, 2021, p.55)

A Ramiro e Parpet abordam o Bregareia com um papel fundamental na qualificação do processo produtivo da cachaça de alambique quando num desses festivais, eram oferecidos cursos para introduzir novas práticas na produção da cachaça de alambique, através do SEBRAE em parceria com universidades de fora do Estado. Fato é tomado como um “divisor de águas para ingresso dos proprietários de engenho da região do Brejo Paraibano no campo da cachaça artesanal”.(Ramiro e Parpet, 2018, p.91)

No segmento para criação dos roteiros integrados trazendo recursos governamentais via SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), no ano de 2009 houve o lançamento do Roteiro Integrado Civilização do Açúcar, nos estados de AL, PB e PE, a característica principal era atrair interesse para a tradição colonial da agroindústria do açúcar e seus derivados, como doces, rapaduras e a cachaça “artesanal”. O projeto não se efetivou, mas plantou a semente para captação de novos investimentos para o turismo da região.

O exemplo da “Rota Cultural Caminhos do Frio” que teve sua primeira edição no ano de 2006, com seis municípios no roteiro. (Oliveira, 2021, p. 51). É um roteiro sazonal que acontece entre os meses de julho e agosto e corresponde ao período do “frio” na Região do Brejo Paraibano.

Os festivais gastronômicos passam a ter relevância para o turismo da região tendo os engenhos da cachaça de alambique como um produto estratégico para a valorização da bebida, promovendo-a turisticamente e reforçando sua imagem como um destilado de qualidade superior.

## CAPÍTULO 3 - A CACHAÇA SE ESCREVE EM LETRAS GARRAFAS

### 3.1. Virando as páginas - jornalismo e suas práticas

A cachaça como símbolo histórico e cultural da nossa sociedade vem se juntar ao jornalismo numaprática também formadora de uma cultura, fundamentada na produção e circulação de notícias e suas conexões com a sociedade.

A invenção da prensa no século XV por Johannes Gutemberg possibilitou que a escrita manual pudesse ser executada por máquinas, ou seja, em escala industrial fazendo desse advento um acontecimento que revolucionaria a comunicação, proporcionando um maior alcance para a propagação das ideias quer sejam de interesses público-governamentais ou privado-empresariais. Os conceitos relativos ao jornalismo e jornal expressam a mesma ideia, ou seja, de passar “informações sobre os acontecimentos”<sup>8</sup> com periodicidade, sejam essas notícias diárias, semanais ou mensais.

Antes do rádio, da televisão e da internet, o jornal era a única fonte de informação que permitia acessar os acontecimentos dos assuntos cotidianos, e até os dias atuais ainda é uma importante fonte de informação e notícia, seja online ou em papel.

A atividade jornalística por definição do Decreto Lei nº 910 de 30 de novembro de 1938, traz o profissional como “o trabalhador intelectual cuja função se estende desde busca de informação até a redação de notícias e artigos e a organização e direção desse trabalho” (Diário Oficial da União – seção 1, 1938). Além de profissionalizar a atividade do jornalista, o decreto ainda determinou a criação de escolas destinadas a sua formação e regulamentação das condições de trabalho em empresas jornalísticas, podendo atuar em jornais, rádios, televisão, revistas, assessoria de imprensa e no ensino.

Historicamente a função da atividade jornalística esteve ligada a uma instituição destinada à produção de notícias, “fatos noticiosos” e informações do cotidiano, dentro de uma redação, ou seja, o profissional “jornalista” estava ligado diretamente a um Jornal com suas bandeiras políticas e comandados por escritores e intelectuais. A profissionalização dentro do jornalismo começa a acontecer ainda no final do século XIX quando as mudanças sociais em decorrência do capitalismo “transforma a notícia em produto de interesse público e também negócio, os jornalistas buscaram cada vez mais liberdade, autonomia e um estatuto social” (Nascimento, 2017, p. 100)

---

<sup>8</sup>Aqui não podemos esquecer que a imprensa tem sua neutralidade questionável, observando que os acontecimentos em geral estão ligados a grupos políticos com interesses econômicos.

Foi nesse contexto social do período pós-industrial marcado pela luta dos trabalhadores por melhores condições trabalhistas através dos sindicatos que houve uma maior preocupação com a opinião pública. Os grandes empresários passam a despertar muito interesse com a repercussão da sua imagem perante a sociedade o que levou ao surgimento do profissional das relações públicas e depois o próprio jornalista passa atuar também como “assessor de imprensa” para divulgar e construir uma “boa” imagem das empresas em contraponto com os periódicos produzidos pelos sindicatos. Nesse contexto, “trabalhar com a opinião pública deixou de ser uma alternativa para virar uma necessidade” (Nascimento, 2017, p.23). Uma característica importante a ressaltar é que as informações fornecidas de uma determinada instituição ao ter o “formato jornalístico noticioso” diferem do estilo de publicidade paga; o que apresenta a informação uma característica de mais autenticidade.

Atualmente a atividade da assessoria de imprensa e o jornalismo têm uma relação muito íntima com dois fenômenos históricos: “a necessidade de se divulgar opiniões e realizações de pessoas ou grupos, ou seja, dar visibilidade, e o surgimento dos meios de comunicação massivos que proporcionaram tal feito.” (Nascimento, 2017, p. 27), e acrescenta que no Brasil a atividade da assessoria de imprensa já emprega estimativamente 40% dos jornalistas do país. A assessoria tem como objetivo suprir uma demanda de informações que os veículos de massa não conseguiriam sozinhos; atualmente boa parte das notícias chegam aos jornais pelos assessores de imprensa.

O artigo de José Marques de Melo e Francisco de Assis, na Revista Brasileira de Ciências da Comunicação de 2017, sobre “Gênero e Formatos Jornalísticos: Um modelo Classificatório”, o autor traz o entendimento de que todo trabalho jornalístico está estabelecido em pelo menos “dois estágios complementares: os gêneros e os formatos”, e acrescenta que esses conceitos perpassam muito além de abordagem tão somente das particularidades lingüísticas e /ou textuais das matérias.

Segundo o autor, os gêneros jornalístico-midiáticos são instrumentos criados de maneira a auxiliar a “indústria midiática” na produção de “conteúdos, consistentes e eficazes”, com foco num determinado público alvo.

Ainda que a estrutura e a estética textual possam ser elementos a se considerar, os gêneros midiáticos se caracterizam, primordialmente, por serem uma promessa de conteúdo, ou de uma possibilidade de conteúdo, uma espécie de contrato previamente acordado entre emissor e receptor. (Marques de Melo e Assis, 2016, p. 44)

Já o formato tem a ver com a forma adotada para a transmissão desses conteúdos, portanto segundo o autor, o formato trata-se diretamente do “feito de construção da informação” transmitida.

Essa construção se dá em comum acordo com as normatizações que estabelecem parâmetros estruturais para cada forma, os quais incluem aspectos textuais e, também, procedimentos e particularidades relacionados ao modus operandi de cada unidade. (Marques de Melo e Assis, 2016, p. 48)

Os autores citados classificam os gêneros jornalísticos em cinco categorias, cada uma com suas respectivas funções. Embora cada gênero tenha a aptidão de agrupar diferentes formatos — todos com caracteres comuns, mas distintos entre si —, destacam-se as seguintes funções: o gênero informativo está relacionado à vigilância social; o gênero opinativo funciona como um fórum de idéias; o gênero interpretativo cumpre o papel educador e esclarecedor; o gênero diversional oferece distração e lazer; e o gênero utilitário auxilia nas tomadas de decisão.

Até o século XX os “gêneros hegemônicos” eram o informativo e o opinativo e a partir dos processos de mudanças sociais os demais gêneros vão se consolidando para atender essas transformações sempre com foco no interesse da sociedade e dos produtores de notícias.

Após “observações empíricas”, o José Marques de Melo, traz a classificação das mais disseminadas no Brasil, observadas entre os anos de 2002 – 2007, onde apresenta a distribuição de formatos em cada gênero jornalístico. Tomaremos para esse trabalho só a definição dos dois gêneros ditos “hegemônicos”, o informativo e o opinativo, que melhor poderão conceituar os formatos existentes no âmbito do jornalismo impresso, aqui no caso, da mídia impressa adotada para a pesquisa.

Desafio maior, contudo, é a identificação e a classificação dos formatos que vão surgindo conforme o próprio desenrolar da atividade. Afinal de contas, uma forma jornalística não surge do nada. Ela, em geral, é sinal do aprimoramento de um processo que tem raízes na própria constituição da imprensa, situada temporalmente no século 17. (Marques de Melo e Assis, 2016, p. 52)

No gênero informativo - que é o vamos adotar para a classificação dos temas na pesquisa - temos os seguintes formatos segundo Marques de Melo, que são: Nota, Notícia<sup>9</sup>, Reportagem e Entrevista, e no opinativo são esses os formatos: Editorial, Comentário e Artigo. Embora seja difícil uma análise fiel na estrutura dos formatos, seja pela sua dinâmica, ou mesmo, pela falta de conhecimento de todos os elementos que compõem a sua estrutura, para esse a pesquisa os formatos textuais foram assim classificados: Toda notícia sobre o tema da pesquisa - a cachaça - que se apresentasse diagramado numa folha quer seja, em duas ou mais colunas denomina-se como Matéria, sendo mais de uma folha e com mais recursos de conteúdo, uma Reportagem e uma pequena menção, uma Nota.

---

<sup>9</sup>A terminologia matéria foi usada nas tabelas para designar como qualquer conteúdo em texto que seja notícia, e que vai diferenciando de uma reportagem a partir dos detalhes que são acrescentados em cima da notícia, levando em conta não só a credibilidade do veículo da informação, o jornalista e o modo de escrita que foi exposto.

### 3.2 A União num jornal

O jornal durante muito tempo foi o único instrumento de informação e formação de uma sociedade que vem resistindo aos avanços tecnológicos da comunicação de massas. Com a característica de ser o “mais antigo jornal estatal em circulação no Brasil” ( A UNIÃO 120 anos, 2013, p.11), fundado no dia 02 de fevereiro de 1893 , no apagar das luzes do século XIX, fora criado como um “instrumento de conciliação política de suas lideranças após o golpe militar, sob a bandeira da República”, havia uma necessidade de coesão social e política sob o novo regime que se implantava e essa tarefa, esse poder de unir cabia a imprensa, por ser a “única tribuna para onde se confluíam todas as informações e opiniões” com a credibilidade de que fora da imprensa tudo não passava de boato.

Fundado o partido, coloca o jornal na arena das idéias, na expectativa de que é sempre mais duradouro e proveitoso tratar os adversários no nível intelectual do que com aliados e contrários no nível restrito dos interesses pessoais (União 120 anos, 2013, p. 29)

Em seu primeiro editorial já deixa a marca do perfil de informação e comunicação que seria inerente ao Jornal – “Digamos o nosso programa em uma palavra, e sem nenhuma observação preliminar: é uma folha política, um jornal de partido que apresentamos hoje ao público” (A União 120 anos, 2013, p. 89). Os jornais desse período existiam mais como um espaço para se opinar do que propriamente informar sobre os acontecimentos, ainda não existia a profissionalização do jornalismo, com o principal propósito de defesa política e suas redações eram comandadas por escritores e intelectuais.

Seu primeiro exemplar tinha um formato tipo tablóide, diagramado em quatro colunas verticais com textos separados por títulos e subtítulos e reservando a última folha para as ilustrações e publicidade. As notícias tinham seu grau de importância a partir de sua posição na diagramação do jornal, colocando os fatos/acontecimentos mais relevantes nas primeiras páginas.

ASSIGNATURA  
PARA A CAPITAL  
Anno 124000  
Semestre 68000  
Trimestre 38000

# A UNIÃO

ASSIGNATURA  
PARA FORA  
Anno 154000  
Semestre 78000  
Trimestre 48000

## Orgão do Partido Republicano do Estado da Parahyba

ANNO I

CAPITAL—QUINTA-FEIRA 2 DE FEVEREIRO DE 1893

N. 1

### Aviso

Pedimos ás pessoas que recebem o primeiro numero deste periodico o obsequio de devolver a respectiva typographia, caso não queiram prestar-lhe seu valioso auxilio o isto no prazo de tres dias.

### A UNIÃO

Digamos o nosso programma em uma palavra, e sem nenhuma observação preliminar: é uma folha politica, um jornal de partido que apresentamos hoje ao publico.

É o orgão do partido republicano que se forma com os elementos conservadores da sociedade, para garantir a ordem publica, apoiar a administração, e fundar pelo systema federativo o imperio da lei neste Estado.

Em um anno de laboriosa existencia legitimos os titulos de sua crição: e ampliando seus meios externos da accção, sabe que progredir, e mesmo ao longo a altivez de sua dignidade, nunca affrontada, e o cumprimento desassombrado do dever o leva a apresentar seus triumphos.

Se, a respeito, desde já a posteridade iniciasse oscrupulo inventario, na uma sagrada, onde possivel os proprios votos, guardaria de nobilissima desagraviadoção de homens nobres que um pensamento commun approxima, e a adversidade ficara solidarios nas mesmas esperanças, e n'uma só responsabilidade.

Não foi precisamente um partido de combate que elles organisaram; e deante de si, é certo, tinha havido um campo de guerra, mas estava deserto, e as trincheiras abundantes!

Houve um fogo de guerrillas, mas era o ultimo desahio dos vencidos, e nossas columnas victoriosas passaram adiante.

Por isso, tem organização, essencialmente conciliadora, abrindo armistícios sem nenhuma condição humilhante, e attribuindo pallidos por um programma todo de paz e fraternidade.

Ainda persiste nesta mesma índole, e dirige-se hoje ao publico, não para anunciar qualquer nova transformação, mas para confirmar os motivos de sua origem, as formulas que condensaram os seus primeiros pensamentos, suas aspirações, no começo vagas, depois francamente definitivas, e encorporadas aos caracteres que dirigiam o movimento. A unica modificação que lhe amargamos, é a criação d'esta folha poderosa, meio externo da cohesão e disciplina partidaria.

Irmãos á luz da imprensa visitar os arruaes de nossos amigos, e crear-lhes um centro de intelligencia, e de conselho.

Irmãos a mesma luz prestar nossa decidida cooperação ao illustre administrador do estado, o exm. sr. dr. Alvaro Lopes Machado. O mesmo apoio, igualmente illimitado, e sem nenhuma reserva extendemos ao benemerito governo da União, e ao glorioso chefe da Republica sr. marechal Floriano Peixoto.

Neste compromisso não vae nenhum constrangimento a liberdade, que devemos a discussão dos assumptos. O accordo de vistas, a identidade de principios estão longe de gerar a servidão do pensamento; ao contrario, abrem-lhe o campo mais franco, e firm-lhe a frequencia das opiniões isoladas.

Por motivo analogo, não estamos privados de ser justos e tolerantes para com

aquelles que dissentiram de nossas opiniões, observando invariavelmente os deveres de civilidade e as regras de cortesia.

Aos nossos amigos pedimos e esperamos que nos deem illimitado apoio, porque, assumimos a direcção do partido que solemnemente encorporou-se a 30 de Março do anno passado, e por cuja sustentação e triumpho se comprometeram, como consta da acta da reunião, que adiante reproduzimos.

O mesmo documento é agora lembrado como elemento historico do movimento politico, de que esta folha é o orgão. Recordia um facto, sellado pela presenca do illustre sr. dr. Alvaro Machado, approvado nos comicios electoraes, conhecido fóra do estado como o primeiro dos grandes esforços que todos empreendimos em favor das instituições politicas, e hesitando como ochebo das palavras eloquentes que na referida reunião, ha um anno proclamaram constituído o partido republicano do Estado da Parahyba.

O «Estado» transcreve e commenta este periodo do «Correio Official» de 11 do corrente:

«Agua melhor habilitado para firmar sua hegemonia na America meridional e ao mesmo tempo, destruida a centralização, podendo no interior desenvolver o espirito de iniciativa, e melhorar suas condições materiaes e moraes, sem o entrave das tradições funestas, que oprimem as nacionalidades antigas, e sem julios no exterior que provoquem as calamidades das guerras internacionaes, o Brazil atravessa o mais esplendido momento de sua historia.»

No periodo transcripto ha visivel referencia á principios, e á factos. Mas o articulista, para todavia sua critica, não descobriu senão os ultimos.

Constituiam sua daviã um progresso o systema democratico, presentemente incorporado nas nossas leis, e em geral acceto pela nação. Mas o desenvolvimento exige um factor necessario.

— O tempo, que fará germinar esses principios com a oppunencia que prometteram, e de um sol occidente atraz das nuvens, não elles pouco a pouco rasgando a densidade que encontram deante de si, até penetrarem com a sua luz e fecundidade todo o solo moral do paiz. Pretender que as ideas novas de nossa organização politica já tiveram todo seu dobramento nas multiphasas de sua maravilhosa actividade, seria negar-lhes a perfectibilidade, — o caracter das cousas que progredem, — e desmentir as affirmações da experiencia, deante da qual reputam-se fabulosas as creações estaticas, immoveis, que não tem infancia, que não decahem, nem progredem.

No trecho citado ha um appello para o movimento «esperancoso das ideias democraticas que caminham sem entraves, e incitamento aos que devem empunhar as propostas, tornando-as forças pelo acchimento geral, mas não a supplanção do servo ocioso que entorrou o seu talento.»

No mesmo, absolutamente não se cogitou de «condensar no presente toda a extensão de um futuro indefinivel.»

Quanto aos factos, não nos sobra tempo para acompanhar todos os exarregos do articulista. Entretanto um reparo faremos.

O articulista sem duvida se teria poupado suas lucidas observações á respeito de tradições politicas, se houvesse lido o trecho inteiro. Neste ha referencias ás tradições funestas, proprias das nacionalidades antigas.

Em materia de tradições, como em tudo, ha o bom e o mau; as boas salvam as nações, as más são as plantas parasitarias que consomem os velhos povos. Por causa dellas presentemente se revolve a Europa inteira. Vejam-se as filiações historicas; os manichos geramos abigarrados; estes os linguotes; o S. Bartholomeu, o materialismo de Voltaire, e as dividiões de Condorcet, e nessa escaida chegamos até o communismo de 1871, e apañharmos os principaes fios do sebastianismo bodiverro.

Na Alemanha, na Inglaterra as tradições funestas do feudalismo, do monopolio de classes privilegiadas, os mil erros do passado têm larga parte nos movimentos modernos.

Estas são as tradições funestas que deviam estes povos e das quaes, paiz novo, felizmente estamos livres.

O assumpto nos levaria longe, mas visto nos dispensam as luzes do elegante collaborador da folha da opposição.

### Sensura injusta

Nenhuma profecçia tem ja consura feita pela Redacção do «Estado» Parahyba de 31 de passado ao exm presidente pelo facto de haver ordenado o pagamento relativo ao mez de janeiro do functionalismo publico.

Mui acertado foi esse alvitre, desde que consideramos a phaze em que tem de entrar o nosso Estado, cujos publicos servicos estão prestados em virtude de accordo com os novos moldes estabelecidos nas leis ultimamente decretadas.

Em taes circumstancias comprehendese que não se devem distrahir de receitas votadas para occorrer as despesas do exercicio vigente, verba de que não cogitavamos a lei do orçamento, para pagamento das despesas do exercicio transaccio.

Além dessa razão de primeira ordem, percebe-se que o pagamento relativo ao exercicio findo, pelo qualto interessados se mostram os systematicos censors, tem de ser satisfeito com os recursos do auxilio prestado a este Estado pelo governo da União.

Procedimento contrario impertaria a inversão das boas normas administrativas, senão tambem a protecção dos agiotas, que continuariam a descastrar ordenados com grande abatimento, em detrimento da classe de empregados publicos, em favor dos quaes nenhuma vantagem adviria.

### Conflicto

Na tarde de 29 do mez de janeiro findo, no lugar Cruz do Peixe do termo desta capital, alguns individuos embriagados travaram uma luta á cacoete e faca, sendo necessario para evitar suas consequências, que o illustre dr. Antonio Ferreira Balhar, digno chefe de policia deste Estado fizesse seguir para o theatro do conflicto uma força de dois praças de policia.

Forum presos diversos desordeiros e apprehendidas algumas facas. Continúa a zelosa authority a prestar seus levantados servicos que terá os applausos da população sensata desta cidade.

### TELEGRAMMAS

Encontramos no «jornal do Recife» os seguintes: Esta approvada a reorganização do Lloyd Brasileiro. Forum presos os directores do Banco Emissor de Pernambuco.

Guimarães Junior, devido ás notas falsas que appareceram.

Falleceu a esposa do ministro da guerra.

O ministro da fazenda, dr. Senzadello Correia, declarou não haver motivos para se recusar as notas do Banco Emissor de Pernambuco que foram reconhecidas verdadeiras, continuando as repartições publicas a receber as referidas notas até que o Banco da Republica do Brazil as substitua pelas suas.

As notas falsas do Banco Emissor de Pernambuco são distinguidas pela imperfeição do mau papel.

Foi nomeado presidente do novo Banco da Republica dos Estados Unidos do Brazil, o conselheiro Thomaz Coelho.

A Guarda Nacional continúa a receber armamento a Comlana.

Foi requerida a fallencia do conde Sebastião de Pinho.

O dr. Porciuncula, governador do estado do Rio de Janeiro, sancionou a mudança da capital do mesmo estado, para Therésopolis.

### Serviço telegraphico

Para pprehender uma lacuna que se nota na imprensa desta capital, estamos tratando de organizar um serviço telegraphico para a nossa folha, o que esperamos brevemente realizar.

Por enquanto usamos transcrevendo as communicações telegraphicas mais importantes publicadas pelo «Jornal do Recife» e algumas officias que a gentileza do illustre dr. Alvaro Machado, chefe presidente deste estado, nos facultar.

### Nomeações

Por acto do exm presidente, de hontem datado, e sob proposta do dr. chefe de policia, foi nomeado 1.º delegado desta capital o nosso illustre amigo dr. Francisco Chateaubriand Bandeira de Melo, que de pois de haver prestado o compromisso do estylo, assumiu o exercicio do respectivo cargo.

Na mesma data foi nomeado fiscal das loterias, a cuja primeira extração hoje se proceder, o nosso intelligente e dedicado amigo dr. Abilio Ferreira Balhar, a quem felicitamos pela acertada e honrosa escolha.

### Loteria do Estado

Foi hontem extrahida a 1.ª loteria deste Estado da qual é concessionario o cidadão Bernardino Lopes Alheiros.

Eis os nomes dos principaes premios:	
68622	100000
15374	20000
57945	10000
24465	5000
42415	2000
92529	2000
45432	2000
5538	2000
13761	1000
9340	1000
82152	1000
90594	1000
37072	1000
17260	1000
84542	1000

### Hontem e hoje

No intuito de justificar o titulo desta folha, passamos para as respectivas columnas a summa da reunião politica realisada no dia 30 de Março do anno passado, e compareada n.º O Parahyba de 1.º de Abril. Igua como a acta que per

FIGURA 03 - Primeira edição do Jornal A UNIÃO -Fonte: Site do jornal A União

- [www.auniao.pb.gov.br](http://www.auniao.pb.gov.br)

O jornalista Aguinaldo Almeida, no livro *A União 120 anos de 2013*, que é uma “viagem no tempo” na história do jornal, traz características de como se configura os editoriais dentro do contexto jornalístico; que é por “tradição brasileira” um conteúdo que expressa à opinião da empresa sempre na terceira pessoa, sem assinatura, assumindo impessoalidade ao texto. Aguinaldo Almeida ressalta para o fato de que a opinião de qualquer veículo de comunicação está contida para além do editorial, mas também na maneira que se estrutura as notícias, ou seja, em que parte do jornal se encontra e também qual o “destaque tipológico que a elas confere”.

O editorial é um gênero textual usado dentro da diagramação do jornal. Com um caráter opinativo, é a partir do seu conteúdo que podemos ver expressa a opinião da empresa, da direção, ou mesmo da equipe de redação. E de editorial em editorial o jornal vem registrando suas opiniões sobre os mais variados acontecimentos nacionais e mundiais nesses já 130 anos de atividade completados esse ano, mas apesar de ser um “órgão oficial de divulgação”, atua também com um noticiário cultural, social, econômico e esportivo. Segundo o Aguinaldo Almeida, “é um jornal que, sendo do governo, pretendia também ser do povo, mesmo repassando uma informação com evidente engajamento.” (*A União 120 anos, 2013*, p.95), era antes e ainda é hoje, acrescenta.

Foi no ano de 1973, sob a gestão do então Governador Ernani Sátiro que o jornal *A União* se transformou na Superintendência de *A União Imprensa e Editora*, com a implantação de um moderno parque gráfico, para atender as demandas dos serviços gráficos do governo estadual, como os Diários Oficiais. No ano de 2019 a Lei Estadual nº11. 306 alterou a denominação da Empresa Rádio Tabajara da Paraíba S.A para Empresa Paraibana de Comunicação S.A que absorveu *A União Superintendência de Imprensa e Editora* (Diário Oficial 05-04-2019)

### **3.3 O que se leu sobre cachaça na mídia impressa**

O levantamento dos dados/conteúdos jornalísticos foi sistematizado em tabelas para cada ano da pesquisa, correspondendo então à elaboração de dez tabelas; onde cada uma tem colunas com categorias classificatórias e variáveis com informações que perpassam datas, formatos textuais, seções/páginas, título e intertítulo, jornalista/autor, cachaça (mencionada) e conteúdo relevante em que a cachaça foi mencionada, e a temática abordada na citação em relação à bebida.

Nesse processo para organizar as categorias classificatórias, que traz a data – dia, mês e ano, e ainda seções e páginas, os tipos/formatos textuais que abordavam o tema da pesquisa

foi um ponto nevrálgico, uma preocupação para trazer a melhor categorização, dentro dos muitos conceitos encontrados na bibliografia sobre a definição dos “gêneros jornalísticos”, o trabalho de Marques de Melo e Assis é a referência adotada aqui nesse trabalho de pesquisa, mesmo que de forma não aprofundada, sobre informações de como são categorizados os gêneros textuais no âmbito da imprensa. Dentro do gênero informativo adotaram-se os seguintes formatos: Nota, Notícia, Reportagem e Entrevista.

A primeira tabela apresentada abaixo vai trazer um panorama geral do percentual de citações/ menções no jornal A União, encontradas nesse intervalo de tempo, contabilizando todos os formatos inicialmente.

Ano	Frequência absoluta e relativa (%)
2000	7 (9,0%)
2001	4 (5,2%)
2002	5 (6,5%)
2003	9 (11,7%)
2004	5 (6,5%)
2005	5 (6,5%)
2006	9 (11,7%)
2007	14 (18,2%)
2008	10 (13%)
2009	6 (7,8%)
2010	3 (3,9%)
<b>TOTAL</b>	<b>77 (100%)</b>

**Tabela 01: Distribuição de citações textuais sobre a cachaça entre os anos 2000 a 2010**

Na tabela acima podemos verificar que o ápice no número de citações para o período foi entre os anos de 2007 e 2008. E os anos anteriores e posteriores, do intervalo proposto, com certa equivalência no que cerne a quantidade absoluta de citações. Aqui já podemos aferir alguns elementos importantes no contexto editorial. Nos anos de 2007 e 2008, a mídia impressa do jornal A União está sob a tutela do governo de Cássio Cunha Lima, um político de grande influência na Região do Agreste Paraibano, onde está situada a Microrregião do Brejo, com o maior número de engenhos. Das citações/matérias sobre a cachaça mais da metade foram produzidas - 66,2%, editadas no governo de Cássio Cunha Lima entre os dois

mandatos, nos anos de 2003 - 2007 e 2007 - 2009 (o governador Cássio não completou os segundo mandato porque foi cassado).

Ainda sobre o número de citações textuais - matéria/reportagem, o ano de 2003, também apresenta um volume em destaque em citações, com o destaque para o conteúdo, onde aparecem matérias sobre investimentos públicos diretos do Governo Estadual para a agroindústria da cana de açúcar e derivados. Com títulos “Cachaça e Rapadura” e “Cachaça e rapadura são beneficiadas”

Recursos de R\$ 10 milhões serão destinados às operações de custeio agrícola, capital de giro, investimento de crédito para comercialização, beneficiando um segmento que conta hoje, na Paraíba, com mais de 200 engenheiros produtores de cachaça (A União, 17 de abril de 2003)

Passamos oito anos vivendo uma grande crise, mas novos horizontes estão se abrindo para o segmento, com acenos do governo federal e estadual (A União, 23 de abril de 2003)

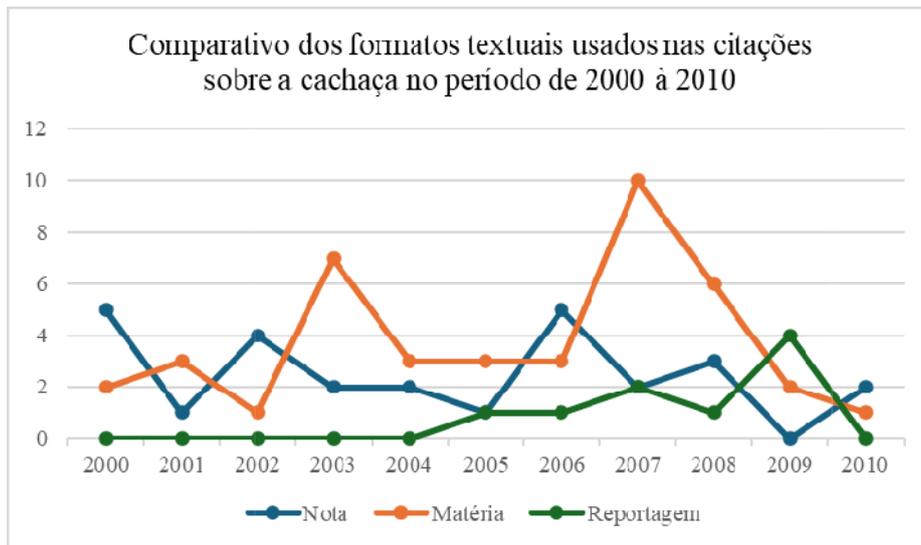


FIGURA 04 - Matéria de A UNIÃO - 23 de abril de 2003 - Fonte: Arquivo do Jornal A União (2003)

Os formatos textuais destas citações sobre a cachaça são divididos em Nota – Matéria e Reportagem. Uma análise sobre a quantidade em que aparecem e sua relação com a qualidade do seu conteúdo é analisada porque cada formato de texto ocupa uma posição de

relevância dentro do jornal; e um exemplo, são as Notas que não agregam muito conteúdo para informação de uma notícia e, portanto, muitas notas aparecem na seção sociedade/social, dirigidas para o interesse de um determinado grupo social, com conteúdo que confere status, específicos de um público restrito.

A coluna social/sociedade é diagramada em formatos de Notas, aqui na pesquisa, das 18 com citações sobre a cachaça, 09 fizeram menção a uma marca específica, sendo 04 Notas sobre a Cachaça Volúpia, da cidade de Alagoa Grande, produtor Vicente Lemos (nome e imagem aparecem na Nota); 03 Notas sobre as cachaças, Ciganas e São Paulo, no município de Cruz do Espírito Santo, produtor Múcio Fernandes e 02 Notas mencionaram a Cachaça Dona Encrenca da cidade de Pilões e Turmalina da Serra de cidade Areia e uma Nota que tinha a citação em conjunto da Volúpia e Cigana - São Paulo.



**GRÁFICO 01 - Formatos textuais usados nas citações sobre a cachaça entre os anos de 2000 a 2010**

Já as reportagens têm maior visibilidade, pois muitas vezes ocupam páginas de um Caderno Especial dentro do jornal, ou mesmo em edições dos finais de semana. As reportagens têm um “formato de pesquisa”, ou seja, uma abordagem mais ampla da matéria, com entrevistas, fotografias dentro de um contexto do que é notícia.

Do total das reportagens (09), 11,6% das publicações no período pesquisado, foram editadas em exemplar de finais de semana, uma inclusive dos dias 07 e 08 de julho de 2007, ano com maior publicação sobre o tema; traz 06 páginas sob o título “Cachaça em Expansão” e um intertítulo “Aumento da produção, melhoria no design e na qualidade da bebida destilada da cana de açúcar apontam para o crescimento do setor na Paraíba”.

A primeira página nos dá o panorama geral da reportagem que é enfatizar o aumento do consumo - “o consumo tem crescido de forma assustadora” e ainda segundo o então presidente da ASPECA - Associação dos Engenhos de Cana de Açúcar, esse “consumo

A UNIÃO  
"Paraíba, terra amada"

João Pessoa  
julho de 2007

Negócios DA TERRA 3

# Cachaça

## em expansão

Aumento da produção, melhoria no design e na qualidade da bebida destilada da cana-de-açúcar apontam para o crescimento do setor na Paraíba

**T**urmalina e Cobiçada são duas marcas de cachaças paraibanas lançadas no mercado em meados de maio passado. Elas dão uma boa ideia da expansão desse setor que vem ocorrendo na Paraíba, nos últimos anos. “A cachaça da Paraíba está em pleno desenvolvimento, apesar de atropelos, mas está se desenvolvendo. Há uma expansão. Existe também ação dos produtores em melhorar a qualidade da bebida, o design e a embalagem. Estamos buscando elevar o padrão de qualidade em todos os setores”, confirma Antônio Chagas da Silva, presidente da Associação Paraíba dos Engenhos de Cana-de-Açúcar (Aspeca). A produção estadual, oriunda da safra 2006/2007, ficou em 12 milhões de litros.

Outro fato positivo que vem ocorrendo neste setor, segundo Antônio da Silva, “é a união dos produtores. Estamos procurando, cada vez mais, se unir e, dessa forma, aglutinar o maior número possível de associados em torno da entidade que aglutina os produtores paraibanos”, destaca.

O empresário diz que, atualmente, “o consumo de cachaça está atingindo as classes A e B. É um fato muito positivo para os produtores. Anteriormente, era uma bebida conhecida como um destilado destinado às classes C, D e E”, lembra o dirigente da Aspeca, destacando em seguida: “Hoje é diferente. As pessoas dos segmentos A e B estão começando a degustar uma boa cachaça”.

Diante do aumento do consumo pelas classes A e B, o presidente da Associação enfatiza que “a imagem negativa da cachaça está sumindo. Avalio que o uisque levou uns cinquenta anos para chegar a situação que hoje ocupa. E a cachaça caminha célere para atingir esse patamar de consumo. Ou, talvez, antes deste período, vamos chegar logo mais lá”, torce o dono da Granja Nossa Senhora Auxiliadora, onde se localiza o engenho que produz a cachaça das marcas Tambaba e Cordessa.

“O surgimento de mais marcas novas de cachaça se deve ao processo que o se-

**NÚMEROS DO SETOR**

- 25 engenhos produzem a bebida com o registro. E cinco em total. Em comparação existem muitas produções de cachaça sem o registro legal nos produtores de outros estados distribuídas principalmente na região do Brasil nordestino.
- 70 Agro-indústrias também produzem cachaça, artesanais entre elas.
- 2% A Paraíba produz 2% da cachaça destilada no Brasil.
- 12 milhões de litros produzidos no Brasil em 2006/2007.

“O consumo está atingindo as classes A e B. É um fato muito positivo para os produtores que estão aperfeiçoando os seus produtos”

Antônio Chagas da Silva  
PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO DOS ENGENHOS DE CANA-DE-AÇÚCAR

tem uns 25 engenhos com marcas registradas produzindo cachaça. No total, avalio que são cerca de 70 engenhos produzindo cachaça, entre a bebida industrial e artesanal”, comemora o produtor.

Ele afirma que, em processo industrial, o Estado conta com “umas três marcas, a exemplo da Caranguejo e o Daniel da Coroa, em Patos. Quanto aos engenhos produzindo a bebida sem o registro, tem um bocado deles por aí. E esse último fato não é muito bom porque eles empreendem uma concorrência desleal. Eles não pagam imposto e para quem paga fica difícil, mas estamos procurando legalizar isso para que haja uma concorrência leal”, promete o presidente da Associação.

A Paraíba produz 2% da cachaça destilada no Brasil. A produção paraibana é pequena. O maior produtor no Brasil é o Estado de São Paulo. [Foto: reprodução de arquivo]

FIGURA 05 - Capa da reportagem do dia 07 e 08 de julho de 2007 - Fonte: Arquivo do Jornal A União (2007)

atingiu as classes A e B, um fato muito positivo para os produtores” e coloca a cachaça num patamar superior a aguardente quando afirma: “Anteriormente era uma bebida conhecida como destilado destinado às classes C, D e E” e ainda coloca a cachaça num ponto de um

estágio evolutivo em relação a outros destilados: “Avalio que o uísque levou uns cinquenta anos para chegar à situação que hoje ocupa”.

A “nova cachaça” candidata a símbolo nacional aciona sentimentos arraigados no pensamento e nas práticas de certos grupos dominantes sobre as camadas populares. Nesse sentido, beber cachaça é aceitável, desde que seja uma garrafa que custa R\$ 600,00 (seiscentos reais) ou que venha com flocos de ouro comestíveis. Desde que seja “apreciada com glamour”, por uma pessoa elegante que saiba avaliar a qualidade da bebida, numa taça criada especialmente para a ocasião. (Silva, 2019, p.192)

Essa mesma reportagem traz também outras matérias de páginas inteiras, com instituições como o Sebrae Nacional, UFPB pelo Departamento de Tecnologia Rural e especialistas nas áreas de química industrial, com foco nos padrões de qualidade a partir da legislação vigente, como as que rege a qualidade e identidade inscritas no MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. O que parece reforçar que o foco principal era o aperfeiçoamento na qualidade da cachaça, ou seja, uma “nova cachaça” para um novo público, e principalmente para ser um produto do agronegócio genuinamente brasileiro com grande potencial para exportação.

Essa nova tecnologia de melhoramento na produção da cachaça, sua regulamentação e todos os incentivos de programas que começaram lá atrás com a criação do PBDAC - Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Cachaça (1997) substituído depois pela IBRAC - Instituto Brasileiro da Cachaça (2006) que além de “ações visando a consolidação da cachaça como destilado genuinamente brasileiro” o site do instituto ainda assegura o “cumprimento da legislação nacional”(2024). A última parte da reportagem vai trazer um produtor dessa Região do Brejo Paraibano, o dono do Engenho Imaculada Conceição que produz a cachaça Serra Limpa.

Das 09 edições do gênero textual reportagem (11,6%) encontrada na pesquisa, essa é a única que aborda um produtor específico, uma página dedicada para o proprietário da Cachaça Serra Limpa, traz alguns aspectos a serem pontuados.

# De cereais,

## sisal, açafraão até a Serra Limpa

Dono da cachaça atribuí à boa matéria-prima a liderança que a bebida vem alcançando na Paraíba



**A**ntônio Inácio da Silva, dono do Engenho Imaculada Conceição, onde se produz a cachaça Serra Limpa, localiza o município de Duas Estradas (região do Brejo, distante 120 km da Capital), se define como um homem religioso, além de produzir a cachaça mais consumida na Paraíba, atualmente. Na cidade de Píripituba, onde mora, ele e sua esposa são "ministros da Eucaristia. É uma prova de que somos religiosos", reforça. Na região, todos o conhecem como "seu Antônio Inácio". Ou "o dono da Serra Limpa".

Anos atrás, antes de fabricar a bebida mais consumida no Estado, Antônio da Silva era comerciante e comprava cereais, sisal, açafraão e algodão e o repassava para o varejo. Os 43 anos de casamento lhe renderam dois filhos que deram-lhe três netos. Natural da Serra Limpa era comerciante, labuta diária que tinha a ajuda de Antônio da Silva.

"Bem, eu plantava cana-de-açúcar para a usina no período de 1980 a 1993. Então, em 93, teve o problema do Proálcool, então, eu resolvi montar um engenho para fabricar uma cachaça de primeira qualidade. Na época

▼  
Não compramos cana-de-açúcar de ninguém. É cortada crua e moída no mesmo dia e toda a planta que tem broca e cigarrinha é descartada e jogada fora. Por isso, conseguimos um bom produto

ca tinha muita gente que produzia cachaça", recorda ele.

"No momento, a produção da cachaça Serra Limpa conta com um bom estoque porque o engenho agora passa por reforma. Independente desse fato, quem for comprar o produto vai encontrar limites. "A partir de agosto vamos funcionar aproximadamente

até o mês de fevereiro. A produção anual, atualmente, vai de 70 a 80 mil litros", informa Antônio da Silva.

"O engenho atende o mercado nordestino, porém, quando o estoque diminui nós fazemos um racionamento de vendas. A gente controla a venda para podermos chegar próxima a safrinha", explica o dono do engenho.

Segundo ele, a cachaça Serra Limpa não está faltando no mercado. Confesso que você encontra a cachaça com certa dificuldade. Isso ocorre porque tem pessoa que quer comprar 100 caixas, mas só vendemos a ele vinte. Esse procedimento existe para que o produto não falte no mercado, mais especialmente em tempo de entressafra. Então fazemos isso para não faltar no período de entressafra", justifica o produtor da Serra Limpa.

Na região, a safra da cana-de-açúcar começa a partir de agosto em paralelo com a moagem e consequentemente a produção da bebida. "A nossa empresa agropecuária emprega hoje 31 pessoas. E de forma indireta, aproximadamente, umas 100 pessoas. Temos hoje um cultivo de cana-de-açúcar ocupando 30 hectares", esclarece Antônio da Silva.

Ao discorrer sobre o processo produtivo, Antônio da Silva disse que toda cana-de-açúcar moída no engenho Imaculada Conceição vem das terras do engenho. "Não compramos cana-de-açúcar de ninguém. É cortada crua e moída no mesmo dia e toda a planta que tem broca e cigarrinha é descartada e jogada fora. Só com esse manejo nós teremos uma bebida de primeira qualidade", garante o produtor.

Todo ano, diz Antônio da Silva, o engenho Imaculada aumenta um pouco a sua produção. No entanto, segundo ele, "quem nos diz que nós vamos aumentar mais é o próprio investidor. E esse inverno que está começando está muito bom para a cana-de-açúcar. No entanto, no ano passado, o inverno foi ruim para o desenvolvimento da planta e a produção caiu um pouco. A variedade de cana-de-açúcar plantada hoje nas terras do engenho Imaculada é 453, 1011, 1172".

O proprietário da Serra Limpa afirma que o engenho já andou vendendo o produto para as regiões Sul e Sudeste, porém, em se tratando de vendas, o carro-chefe é a Paraíba.

Ele considera que produzir uma cachaça de primeira qualidade "começa

### SAIBA MAIS

#### Mercado altera preço da bebida

No ano passado, o consumidor paraibano que quisesse a decisão de comprar a Serra Limpa encontrava a garrafa de 600 ml por preço que variava de R\$ 11,00 a 14,00. Hoje, o mesmo assilante custa algo em torno de R\$ 20,00. Esse aumento de preço não foi realizado pelo engenho Imaculada Conceição e sim, pelo próprio mercado que alterou o preço da garrafa de 600 ml da Serra Limpa, conforme garante "seu Antônio Inácio".

"Hoje praticamos o mesmo preço que vigorava no ano passado. Bem, vendemos a caixa pelo preço de R\$ 60,00. Nós não temos distribuição. Temos apenas um ponto de venda e quem quer a Serra Limpa vai buscar em Píripituba", destaca o produtor.

Segundo diz ele, há planos para aumentar a produção da cachaça, "mas o processo está muito lento porque nós temos que aumentar o nosso produto de acordo com a qualidade. Queremos manter o nosso padrão de qualidade. Mas, todo ano, nós aumentamos, em média, uns 10%", esclarece o dono da Serra Limpa.

Em ambição, Antônio da Silva afirma que, no momento, "a empresa não tem planos de exportar para o estrangeiro. Na verdade, estamos tendo dificuldade de vender a cachaça para outros estados brasileiros, imagine então exportar esse produto".

Indagado sobre a origem do nome da cachaça, Serra Limpa, Antônio da Silva deu a seguinte explicação: "O nome Serra Limpa era porque na região do município tem um valejo que o povo chamava de Serra Limpa. Então, quando comecei a fabricar cachaça também dei início a venda nos barracos. E aí onde eu garinhava o povo perguntava assim - você tem cachaça de Serra Limpa. A partir daí, adotei esse nome".

pela matéria-prima, que deve ser boa e, assim, vamos obter um produto de primeira qualidade. Vou dar um exemplo: você faz um suco de laranja, se tiver uma boa e uma estragada, então, já não presta mais. Se você pega toda cana-de-açúcar brocada, cheia de impureza, daí, a sua garapa não vai ser de primeira qualidade", compara Antônio da Silva.

"Seu Antônio Inácio faz questão de lembrar que "a cachaça Serra Limpa está no sexto ano de premiação do Top of Mind. É hexa-campeão porque nós preparamos uma cana-de-açúcar de boa qualidade, com higiene total, limpeza absoluta e a fermentação funciona sem produto químico e ocorre toda de forma natural".

FIGURA 06 - Página com entrevista a um produtor, edição dos dias 07 e 08 de julho de 2007 -Fonte: Arquivo do Jornal A União (2007)

A última parte da reportagem traz uma entrevista com um produtor de cachaça que não tinha a tradição familiar de proprietário de engenho, mas apesar de não ter na “tradição do passado” a valorização simbólica para a produção da cachaça de alambique (Ramiro e Parpet, 2018) o investimento na qualidade produtiva da cachaça, fez do seu produto um dos mais premiados do estado.

Na entrevista concedida, o produtor diz não ter interesse em exportar - “Na verdade, estamos tendo dificuldade de vender a cachaça para outros estados brasileiros, imagina então exportar esse produto”. Uma dificuldade provavelmente limitada pelo volume e tecnologia da sua produção - a fabricação da cachaça tinha uma safra limitada com uma produção anual à época de 70 à 80 mil litros) - pois a marca já contava com uma seqüência de prêmios locais como o “Top of Mind Paraíba” , realizado pelo Sistema Correio de Comunicação. E esse feito perpassa pela sua história, quando afirma:

Bem, eu plantava cana de açúcar para usina no período de 1980 à 1990. Então em 90 teve o problema do Proálcool, então resolvi montar um engenho para fabricar uma cachaça de primeira qualidade.  
(Antônio Inácio da Silva<sup>10</sup>)

O fechamento da Usina Santa Maria foi um episódio determinante para “adoção de novas práticas pelos agentes sociais localizados em diferentes posições do espaço social do Brejo Paraibano”(Ramiro e Parpet, 2018, p.79) e o “ pai da Serra Limpa” foi um desses casos que passou de um trabalho assalariado para produtor de cachaça, com uma experiência familiar de comerciantes. O município, onde se localiza o Engenho Imaculada Conceição, é Duas Estradas, um pequeno município do Brejo Paraibano. Um fato que merece uma menção aqui é que o início da matéria aborda a crença religiosa do produtor, sua posição religiosa e da sua esposa “como ministros da Eucaristia” uma justificativa para o estigma da cachaça, ou seja, bebida alcoólica que destrói famílias com o vício.

Durante o período que participava ativamente da “Confraria da Lapada” desde sua criação em 2005, me recordo de outro produtor, que também tinha uma cachaça reconhecida e premiada e muito ativo junto às associações, nas ações institucionais em pró da cachaça, mas por uma questão religiosa da sua esposa, não bebia a cachaça.

Das matérias pesquisadas, destaco aqui que outras três matérias foram realizadas com produtores e seus produtos. Uma no ano 2005, do Engenho Jardim - Cachaça Jardim da Serra, em 2009, do Engenho Viração - Cachaça do Peu, do Engenho João de Abílio - Cachaça de João de Abílio e a Cachaça Avanzada, todas as cachaças “artesanais”, aqui o termo está

---

<sup>10</sup>Empresário morreu no dia 18 de março de 2021

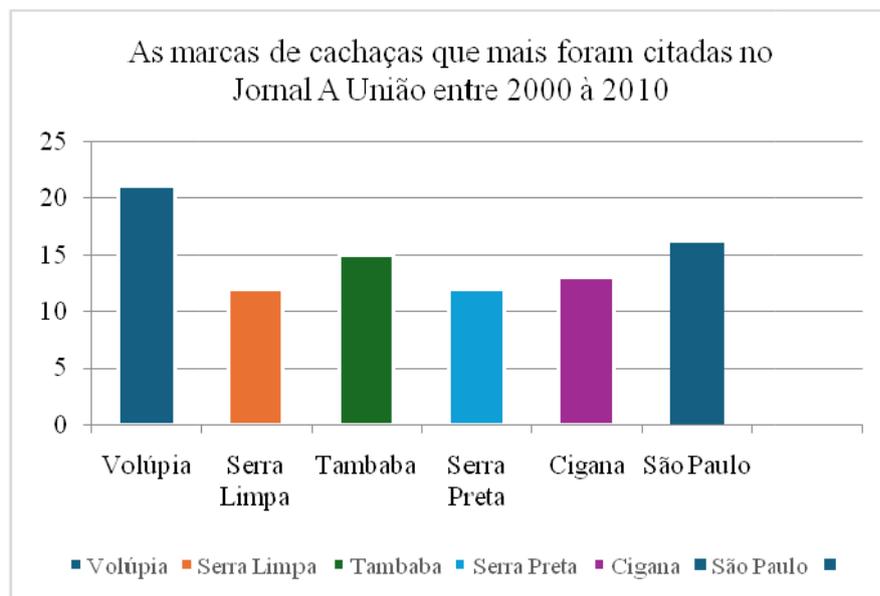
associada com produção familiar e vendida na informalidade, ou seja, sem o registro nos órgãos reguladores.

Silva acredita que a informalidade dessas cachaças consideradas “clandestinas”, se relaciona em alguma medida com interesses de certos grupos empresariais quando estes conseguem impor a pauta das “boas práticas de fabricação” e da regulamentação que adotam outras terminologias em seus rótulos.

Essas cachaças recebem o nome de acordo com sua região, como no caso da Paraíba que são reconhecidas como brejeira ou cana de cabeça, que “significa qualquer cachaça oriunda dos engenhos produtores locais que não possuam uma marca registrada e que sejam comercializadas nas feiras livres e nos botecos do interior” (Silva, 2019, p.70).

Nas menções textuais que nomeiam as cachaças na pesquisa, verificou-se que em 46,7% das notícias, menções diretas e /ou só imagens, não tinham correlação com nenhuma marca específica, só a bebida em si. Evidenciando que a divulgação tinha uma abordagem mais no “fenômeno” do consumo da bebida e sua importância socioeconômica para o estado, mas especificamente na região do Brejo Paraibano.

E nos outros 53,3% houve menção a 33 cachaças produzidas na Paraíba - incluindo as 04 “brejeiras” mencionadas anteriormente- e uma menção a uma cachaça produzida no Estado



**GRÁFICO 02 - As marcas de cachaças mais citadas entre os anos de 2000 a 2010**

de São Paulo. O gráfico em seguida mostra o “ranking” das cachaças que são mencionadas mais de 10 vezes.

Das seis marcas citadas no gráfico, foi verificada nas notícias da amostra desta pesquisa a menção de que no período os produtores das marcas: Volúpia, Tambaba e Cigana/São Paulo estiveram à frente da ASPECA ( Associação Paraibana dos Produtores de Cachaça) fundada no ano de 1993 “fundada por um produtor e um especialista na área” na época com 20 associados, alcançou 39 associados e atualmente conta com 28 membros, informação dada por uma executiva do órgão (2024). Com destaque para o fato de que somente a marca - Cachaça Tambaba - é produzida na região litorânea, mais precisamente no município do Conde.

Uma temática que aborda um percentual de 25% das matérias/reportagens (19) com menções a cachaça, é a que trata a participação das cachaças paraibanas em eventos/festivais, quer seja dentro ou fora do estado.

Eventos específicos para negócios associados à cachaça apresentados sob os títulos: “Cachaça Paraibana no Anhembi”, “Cachaça Paraibana é sucesso em Pernambuco”, “Feira Brasil Cachaça 2006” com notícias que reforçam a importância econômica que a valorização da cachaça trouxe, com reflexos no aumento da produção, na melhoria da qualidade da cachaça paraibana; conteúdos direcionados a apresentar ações governamentais comprometidas com esse setor que apresentava amplo crescimento, além da importância desses eventos para a divulgação e valorização da cachaça. Esse percentual das matérias/reportagens está no intervalo temporal da gestão do governo do Cássio Cunha Lima (PSDB).

Os festivais de gastronomia se apresentavam como uma opção para apresentar a cachaça, assim como toda uma cadeia produtiva, a partir não só da degustação de vários “*drinks*” a base da bebida, assim como a “*gourmetização*” da cachaça e seus derivados na gastronomia local. Esses festivais procuravam promover a cachaça paraibana como produto turístico, e as matérias/reportagens tinham títulos como: “I Festival da Cachaça Paraibana”, “Festival apresenta cachaça como produto turísticos”, “Festival da Cachaça será atração em João Pessoa”, “Areia aquece setor do turismo com festival gastronômico”.

A questão econômica como a temática central foi identificada em 58%, ou seja, 45 das 77 menções entre, Nota, Matéria ou Reportagem. A temática do turismo aparece em 8%, 06 matérias, que abordam o turismo no Brejo Paraibano a partir dos projetos do Governo do Estado em parceria com o SEBRAE e prefeituras municipais.

O projeto denominado “Caminhos do Frio” e o “Caminhos dos Engenhos” inseridos no “Roteiro Integrado Civilização do Açúcar” que envolvia os estados de Paraíba, Pernambuco e Alagoas. Roteiro que tinha interesse no turismo internacional com apelo na

tradição histórica dos engenhos na região, uma representação da “proposta de valorização simbólica da cachaça” (Ramiro e Parpet, 2019) para a Região do Brejo Paraibano. Das 09 reportagens do períodopesquisado, 02 são cadernos especiais de 2009 que abordam exclusivamente o turismo da região voltado para roteiros culturais, a exemplo da matéria abaixo de 2008.

6 JOÃO PESSOA, QUIN 7ª-FEIRA, 15 DE MAIO DE 2008

TURISMO

A UNIÃO  
"Paraíba, terra amada"

■ Estados da Paraíba, Pernambuco e Alagoas firmam acordo para desenvolver ações que promovam a integração do turismo com a implantação do projeto "Roteiro Integrado da Civilização do Açúcar"

# Engenhos vão ter roteiro cultural

Os governos da Paraíba, Alagoas e Pernambuco, juntamente com o Sebrae Nacional, assinaram acordo de compromisso visando aportar recursos técnicos e financeiros para implantar as ações e de mais iniciativas necessárias a execução e estruturação do "Projeto Roteiro Integrado Civilização do Açúcar", que tem foco na comercialização e na integração do turismo.

O projeto será construído em comum acordo entre os estados, sob a orientação do Ministério do Turismo e Sebrae Nacional, sendo o Instituto Marco Brasil (IMB), a entidade orientadora da metodologia. Haverá o lançamento nacional do projeto nos três estados.

O compromisso foi assinado na cidade de Alagoa Grande, no Engenho Lagoa Verde, na terça-feira (13), pelos secretários de Turismo da Paraíba, Roberto Braga, de Alagoas, Virgínia Loureiro de Pernambuco e Silvio Costa Filho, além da representante do Sebrae Nacional, Valéria Barros e os respectivos representantes do Sebrae nos três estados.

Na reunião de apresentação do projeto "Roteiro Integrado Civilização do Açúcar", ficou definido para o dia 2 de julho, em Recife-PE, na Secretaria de Turismo de Pernambuco, a partir das 9h, um encontro com técnicos do Sebrae e dos três estados para traçar etapas do programa de turismo cultural.

Os secretários visitaram engenhos e vão traçar as etapas do programa de turismo cultural

**ROTEIRO**  
Na Paraíba, irão integrar o projeto Roteiro da Civilização do Açúcar 14 engenhos de cachaça e de rapadura localizados nos municípios de Alagoa Nova, Alagoa Grande, Areia, Bananeiras, Pilões e Serrania, na região do Brejo. De acordo com o secretário de Turismo e Desenvolvimento Econômico da Paraíba, Roberto Braga, o roteiro foi estruturado com foco na cultura da cana-de-açúcar, a produção de rapadura e de cachaça, a preservação ambiental, a história e a cultura regional. Dentre os engenhos, o Lagoa Verde que produz a Cachaça Volúpia e Triunfo, produtor da Cachaça Triunfo.

O diretor-superintendente do Sebrae-PB, Júlio Rafael, destacou que os principais atrativos dos roteiros do Brejo são os engenhos produtivos de cachaça e rapadura; a gastronomia; a arquitetura dos engenhos e sua história; a arquitetura da cidade de Areia (patrimônio nacional); Alagoa Grande e Bananeiras, do século XIX; as reservas ecológicas e as cachoeiras; as personalidades (pintor Pedro Américo; José Américo de Almeida e Jackson de Fandoro); o clima e a curta distância entre as cidades e a história da cana-de-açúcar na Paraíba.

Antes do encontro, a comitiva assistiu a uma apresentação do grupo Cantora dos Crioulos, formado por teatrosescentes de Quilombo, localizado na serra, em Alagoa Grande. Também participaram da reunião em Alagoa Grande, o prefeito Hildon Régis Navarro Filho, o secretário executivo de Turismo da Paraíba, Arnaldo Júnior, a secretária executiva do Turismo de Alagoas, Daniele Nóbis, a presidente da PBTur, Cláudia Cordeiro, o empresário Vicente Lemos, do Engenho Lagoa Verde (Cachaça Volúpia), a empresária Maria Júlia (Engenho Triunfo), e o empresário Aquiles Leal, presidente do Fórum Regional Sustentável do Brejo Paraibano, que integra 11 municípios.

Integram o projeto na Paraíba 14 engenhos de cachaça e de rapadura localizados nos municípios de Alagoa Nova, Alagoa Grande, Areia, Bananeiras, Pilões e Serrania, na região do Brejo. O engenho Lagoa Verde (foto) é um deles.

FIGURA 07 – Matéria de A União – 15 de maio de 2008 – Fonte : Arquivo do Jornal A União (2008)

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na primeira década do século XXI, período que marca a data histórica dos 500 anos do início da colonização no Brasil, e da história da bebida que refletiria a própria trajetória da formação social do Brasil é trazido aqui como forma de contextualização desse momento no Brasil, e de modo particular na Região do Brejo através do que foi noticiado na primeira década deste século.

Esse período foi representativo devido a movimentos de ressignificação da cachaça, capitaneados por setores da sociedade interessados em impulsionar a produção, inicialmente com foco na ampliação do mercado exterior. Para apresentar um produto “tipo exportação”, para além da regulamentação necessária, a bebida já tinha um nome/identidade, alcançado com o Decreto nº 4.062/2002 que denomina a cachaça como um “vocábulo de origem e uso exclusivamente brasileiros, constitui indicação geográfica para efeitos, no comércio internacional ”acabando assim com um grande problema que existia na hora de classificar o produto, ou seja, o “rum brasileiro” passa oficialmente a ser conhecido como “aguardente de cana produzida no Brasil” ou simplesmente Cachaça, um destilado exclusivo do Brasil.

O termo Cachaça passa por um processo de elitização ou mesmo ressignificação se distanciando do conceito da aguardente de cana, aguardente da terra que surgiu na sociedade escravista e que esteve associada a uma bebida nacional, mas atribuída historicamente aos grupos sociais que não dispunha de acesso a uma cultura do exterior, e portanto sem gostos e comportamentos refinados.

No período da pesquisa, a mídia impressa, aqui representada pelo jornal A União, se percebe um aumento de menções a cachaça como um produto de importância econômica e social já nos primeiros anos do século XXI e com seu ápice em publicações nos anos entre 2006<sup>11</sup> e 2008. Com notícias sempre relacionando a bebida a sua importância no desenvolvimento econômico do estado, a partir da melhoria da qualidade no produto a partir da melhoria nos processos produtivos, como esses exemplos: “A cachaça da Paraíba para todos os gringos”; “Investindo na Cana de Açúcar”; “Qualidade da Cachaça”; “Cachaça desperta novas oportunidades de negócios”; “Microempresários da Paraíba buscam mercado no exterior”; “Festival apresenta cachaça como produto turístico”; “Festival da Cachaça será

---

<sup>11</sup> Um ano antes na Confraria da Lapada, eu vivenciei o contato pela primeira vez com a bebida - cachaça, onde os confrades se assumiram “cachassistas”, apreciadores da cachaça, e não “caneiros” tomadores de cana, ou caninha.

atração em João Pessoa”; ”Gestão moderna para Cachaça”. E com notícias de vários eventos culturais, gastronômicos, feiras, exposições que buscam apresentar a cachaça como protagonista.

Mas ao considerarmos o período pesquisa, os onze anos, um jornal estatal com uma tiragem diária durante a semana e uma edição para os sábados e domingos; observa-se que mesmo com um aumento dessas menções a cachaça em alguns anos; as reportagens, matérias ou notas em conjunto só representaram 2,2% das menções para o período de 2000 até 2010. Apesar das políticas de incentivo por partes das três esferas públicas: Federal, Estadual e Municipal nesse período, principalmente na região do Brejo Paraibano que teve sua economia voltada para a ressignificação dos engenhos para a sua produção associada ao turismo local, mas com foco nas exportações.

## REFERÊNCIAS

A **UNIÃO** 120 anos: uma viagem no tempo / Alarico Correia Neto, Juca Pontes (Org) - Campina Grande: EDUEPB, 2013, 228 p.

BARBOSA, José,L, A. **Engenho de cana-de-açúcar na Paraíba: por uma sociologia da cachaça**. Campina Grande. EDUEPB, 2014.

BARDIN Laurence.**Análise de Conteúdo**. Edições 70, 2008.

BARROS, Wilson.: **Cachaça do Brasil: Entenda por que ela é nosso Patrimônio Cultural**.In:GUILHERME, F.D.S; SILVA, C, D,S; FERRAZ, C.D.G.L.(Org). Turismo Gastronomia sem fronteiras. João Pessoa: Editora do CCTA, 2022.

BELIZÁRIO; Maria A,S; NASCIMENTO Polyana, R, S; ARRUDA, Luciene, V: **Paisagens Naturais, Potencialidades culturais e Turísticas em Comunidades Agrícolas da Serra do Espinho, Pilões/PB- Projeto de Assentamento Veneza**.Anais CONIDIS e III CONIMAS, Campina Grande -PB, Realize Editora, 2019.

BRASIL- Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/d3551.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d3551.htm)>.

BRASIL- Página Inicial. Disponível em: <<https://www.gov.br/iphan/pt-br/patrimonio-cultural/patrimonio-imaterial>>.

BRASIL. Decreto nº 4.851, de 2 de outubro de 2003. Altera dispositivos do Regulamento aprovado pelo Decreto nº 2.314, de 4 de setembro de 1997, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas. Publicado no DOU, em 02 de outubro de 2003.

BRASIL. instrução normativa nº 13 de junho de 2005. Aprova o regulamento técnico para fixação dos padrões de identidade e qualidade para aguardente de cana e cachaça. Diário Oficial da União, Brasília, jun. 200.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. A cachaça no Brasil: dados de registro de cachaças e aguardentes ano 2021/ Secretaria de Defesa Agropecuária - Brasília: MAPA/AECS, 2021

CANABRASIL. **A Nova História da Cachaça de Alambique** - Cana Brasil. Disponível em: <<https://canabrasil.com.br/a-nova-historia-da-cachaca-de-alambique/>>. Acesso em: 17 jul. 2024.

CARTA - **Cachaças da Paraíba**/ Gonzaga Rodrigues, Rosa Aguiar, Jairo Martins da Silva (ORG)- João Pessoa: Gráfica JB, 2017

CASCUDO, Luís da Câmara.**Prelúdio da Cachaça**: Etinologia, História e Sociologia da Aguardente no Brasil, Belo Horizonte: Itatiaia, 1986.

CAVALCANTE, Erika D.**A Cachaça e o Desenvolvimento Turístico: Uma análise das representações do espaço e dos atores envolvidos na atividade turística no Brejo Paraibano**, Campina Grande, 2013

CONFRARIA DO COPO FURADO- **História da Cachaça** | Confraria do Copo Furado. Disponível em: <<https://copofurado.com/historia>>. Acesso em: 10 ago. 2024.

FEIJÓ, Atnéia; MACIEL, Engels. **Cachaça Artesanal do Alambique à Mesa**. Rio de Janeiro; Senac Nacional, 2002.

FEITOSA, Patrícia Cristina, L. **A cachaça como identidade cultural**. DF: UNB, 2005

FURTADO, Celso. **Ensaio sobre a cultura e o Ministério da cultura**. Rio de Janeiro; Contraponto, 2012.( Arquivos Celso Furtado ; v.5)

FURTADO, Celso.**Formação Econômica do Brasil**. 32ªedição, São Paulo: Nacional, 2005

IBRAC – **Instituto Brasileiro da Cachaça**. Disponível em: <<https://www.ibrac.net/ibrac/o-ibrac>>.Acesso em:3 out. 2024.

IPHAN – **Bens Culturais Registrados**. Disponível em: <<https://bcr.iphan.gov.br/>>. Acesso em: 3 out. 2024.

MELO, José, M de; ASSIS, Francisco, de: **Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório**. Intercom - RBCC. São Paulo, v.39, n.1, p.39-56, jan/abr. 2016

NASCIMENTO, Camila, A.**Assessoria de imprensa na era das mídias: rotinas de produção e cultura profissional na comunicação do governo do estado da Paraíba**, João Pessoa, 2017.149 f.: il.

OLIVEIRA, Ana Márcia Lara, de. **O processo de produção de cachaça artesanal e sua importância comercial**, 2010 43f., ii

OLIVEIRA, Josilene, R de. **Turismo em Areia - Pb : trocas simbólicas na produção e consumo das novas ruralidades**. João Pessoa : Editora UFPB, 2021.

PINHEIRO, Sandra, H, M.**Avaliação sensorial das bebidas aguardente de cana industrial e cachaça de alambique**. Viçosa, 2010.

PINSK, Jaime. **A Escravidão no Brasil**. 21ª edição, São Paulo: Contexto, 2010

RAMIRO, Patrícia, A; PARPET, Marie-France G. **O valor do lugar: o turismo e a valorização simbólica da cachaça do Brejo paraibano**. In: Patrícia A. Ramiro. (Org.). **Antropologia e Turismo: coletânea franco-brasileira**. 1 ed. João Pessoa: Editora UFPB, 2019, v. 1, p. 77-98.

RIBEIRO, Bárbara. **Dia Nacional da Cachaça: saiba por que a data é comemorada no dia 13 de setembro**. O Tempo, 2022. Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/brasil/dia-nacional-da-cachaca-saiba-por-que-a-data-e-comemorada-no-dia-13-de-setembro-1.2732583>>. Acesso em: 09 ago. 2024.

RODRIGUES, Raiany, M, A. **Análise da importância do contexto histórico e econômico da cachaça paraibana**, Cabedelo-PB, 2022.

SILVA, Djanilson, A. da. **Antropologia da cachaça : um estudo sobre produção, circulação e consumo do destilado brasileiro**. Recife, 2019. 241 f. il. ; 30 cm.

**ANEXO 01 – Planilhas da pesquisa**

Ano	Data	Formato textual	Seção	Página	Título	Interfêtilo	Jornalista	Cachaça	Conteúdo	temática central	Governo
2000	04/05	Nota	Sociedade	16	Museu da Cachaça em Pernambuco		Ivonaldo		"o Estado de Pernambuco tem um dos mais completos museus da cachaça."	Sociedade/tendências	José Maranhão
2000	14/05	Nota	Capa	01	Parabá Exporta Cachaça				"É hoje saboreada pelos ricos e foco de interesse da indústria e dos governos, no sentido de alçá-la a produto nacional de exportação"	Economia	José Maranhão
2000	14/05	Matéria	Cidades	08	Cachaça. o Brinde dos 500 anos	Aguardente antes uma bebida de gente humilde, passa a ser saboreada pelos ricos	Xico Nobrega	Prassununga e Cachaça 51		Economia	José Maranhão
2000	27/06	Nota	Sociedade	19	IV Festival Brasileiro de Cachaça e Rapadura	XX	Ivonaldo		"A cidade de Areia receberá entre 18 à 24 de setembro"	Cultural	José Maranhão
2000	19/09	Nota	Social	19	Cachaça e Rapadura	IV Festival Brasileiro de Cachaça e Rapadura	Ivonaldo		"Ao maior bebedor será conferido um computador, a melhor bebida também..."	Sociedade/informativo	José Maranhão
2000	22/09	Matéria	DOIS	13	Bregareia	A cidade de Areia reúne a partir de hoje o melhor da música brega	Tarciso Pereira		"a tendência é despertar o interesse de produtores para reabertura de vários engenhos"	Cultural	José Maranhão
2000	08/10	Nota	Geral	10	Cachaça	XX	Fábio Bernardo	XX	"The New York Times destaca competição da cachaça no mercado brasileiro"...	Economia	José Maranhão
2001	20/04	Nota	Social	19	Cachaça agora tem certidão	XX	Ivanildo	Volúpia	"A cachaça brasileira agora chama-se aguardente de cana produzida no Brasil" como define Decreto 2314/97	Sociedade/personalizada	José Maranhão
2001	24/07	Matéria	Municípios	07	Indústria e Comércio	Parabá busca aprimoramento na produção de cachaça	Cardoso Filho	Cachaça Salinas e "Havana" de MG	Sobre o programa COMPECCI que enviou seu técnico para MG para aprender novas técnicas.	Economia	José Maranhão
2001	30/08	Matéria	Política	02	Paulino garante apoio ao Bregareia	Vice-Governador visita o município de Areia	Fábia Carolino - Secom	XX	XX	Cultural	José Maranhão
2001	01/11	Matéria	Cidades	02	Venda de Cachaça sim, mas com selo	XX	Clovis Roberto - repórter	XX	"... Constatado no interior da Paraíba, onde alguns engenhos fabricam e comercializam a bebida sem o selo"	Economia/política pública	José Maranhão
2002	07/01	Nota	Opinião	02	Marca protegida		Informes da redação		"a partir de agora, o governo busca o reconhecimento internacional da cachaça como bebida típica brasileira e produzida apenas no território nacional"	Opinião / Política econômica	José Maranhão
2002	30/05	Nota	Política	03	Seminário da Cachaça		José Borborema		"I Seminário da Cachaça... Público alvo: "tomadores" de decisão do setor público, técnicos, professores e empresários"	Economia evento de mercado	Roberto Paulino
2002	17/06	Nota	Sociedade	07	Estamos bem em cachaça		Ivonaldo		"A cachaça é a primeira destilada consumida no Brasil, o mercado da barrquinha fechou 2001 com 1,3 bilhões de litros de produção"	Sociedade/economia	Roberto Paulino
2002	17/07	Matéria	Cidades	04	Iniciativas de Roberto Paulino merecem aprovação de todos		Valquíria Guimarães	Pinga do Norte	"Roberto Paulino aprovou projeto lei sentando os produtores do ICMS... A cachaça Pinga do Norte lançada no mercado há um ano teve boa aceitação no mercado PB e RN"	Economia/município	Roberto Paulino
2002	06/12	Nota	Cidades	03	De fora		Frutuoso Chaves		"...os produtores paraibanos não estão representados no seminário "Cachaça de qualidade" - Piracicaba/SP... " Faltar significa perder mercado"	Economia evento de mercado	Roberto Paulino
2003	17/04	Matéria	Geral	03	Cachaça e Rapadura	Fundo financiará projetos de engenhos	xx	xx	"destacar recursos de R\$ 10 milhões serão destinados as operações de custeio agrícola... Beneficiando um segmento com mais de 200 engenhos produtores de cachaça e rapadura"	Economia/política pública	Cássio Cunha Lima
2003	23/04	Matéria	Interior	07	Investindo na Cana de Açúcar	Governo do Estado abre crédito de 10 milhões para produtores	xx	xx	"Passamos oito anos vivendo uma grande crise, mas novos horizontes estão se abrindo para o segmento com acenos dos governos federal e estadual"	Economia/política pública	Cássio Cunha Lima
2003	07/05	Nota	Opinião	02	De fora	xx	UNIFORME	xx	A nota fala do interesse na exportação de cachaça e coloca dados de estrangeiros que visitam o Brasil naquele ano, e termina : " Não seria exagero afirmar que nenhum deles soube dos encantos do Brejo?"	Opinião / Política econômica	Cássio Cunha Lima
2003	11/07	Nota	Opinião	02	Tópicos	xx	UNIFORME	xx	"O programa Brasileiro de Desenvolvimento da Cachaça participa mais uma vez da ExpoCachaça 2003- MG. O setor da cachaça fechou 2002 com cerca de 1,3 bilhões de litros produzidos"	Opinião / Política econômica	Cássio Cunha Lima
2003	17/09	Matéria * essa matéria recebeu o prêmio no dia 05/12	"NEGO"	04	"A cachaça da Paraíba para todos os gringos"	Meta é uniformizar a qualidade do produto	José Alves	Lambaba, Volúpia, Serra Limpa, Triunfo, Bruxavá, Arco-Iris, Pinga do Norte, Serra Preta, São Paulo, Ponta de Areia, Cigana, Anel do Brejo, Terra do Sol, Engenho do Meio e Rainha	"As 15 marcas da bebida produzidas na Paraíba estão sendo bem apresentadas para o mundo com novos designers "	Economia	Cássio Cunha Lima

2003	25 e 26/10	Matéria	Turismo	06	"Investindo no turismo rural"	Engenheiros de rapadura e cachaça, belas cachoeiras, reservas ambientais e um agradável clima, são convites para quem gosta de contato com a natureza"	xx	xx	xx	"Turistas podem acompanhar todo o processo de fabricação de rapadura e cachaça desde a retirada de cana de açúcar até a ferveria nas formilhas"	Turismo	Cássio Cunha Lima
2003	05/11	Matéria	Parabá	02	"Cooperar em mais de 353 comunidades"	xx	xx	xx	xx	"O governo da Paraíba com a ajuda de orgão como o Sebrae, quer ser um parceiro dos produtores de cachaça do Estado"	Economia/política pública	Cássio Cunha Lima
2003	15 e 16/11	Matéria	Turismo	06	"Uma aula de liberdade"	"Atrairdo turistas do Brasil e do mundo, a bela praia de Tambaba é hoje uma referência nacional quando o assunto é turismo"	xx	xx	xx	"A cachaça Tambaba, produzida de forma artesanal, é uma das marcas registradas desse trecho do litoral"	Turismo	Cássio Cunha Lima
2003	06 e 07/12	Matéria	Cultura	17	"Um festival para o Brega"	"Tudo começou em Areia, em 97"	Guilherme Cabral	xx	xx	O Festival Estadual da Cachaça e Brega - Bregara - em João Pessoa vem no rastro do Bregareira. Várias empresas paraibanas especializadas na produção de cachaça estarão com stand do produto.	Cultural	Cássio Cunha Lima
2004	09/01	Nota	Social	21	Cachaça Cigana		Hélia Botelho			Lançamento da Cachaça Cigana para o mercado Paraibano	Sociedade/personalizada	Cássio Cunha Lima
2004	17 e 18/01	Matéria - coluna	Geral	09	Selo Identifica cachaça feita na Paraíba		Da redação			"O produto virou referência nacional e a tendência é que ainda no primeiro semestre deste ano, seja criado um selo " cachaça da Paraíba "... O engenheiro São Paulo é responsável por cerca de 75% da produção na Paraíba"	Economia	Cássio Cunha Lima
2004	29 e 30/05	Nota	Turismo	02	Dica do Prof. Viagem					"Na Paraíba, a rota dos engenhos e cachaça são excelentes opção para investir no turismo"	Turismo	Cássio Cunha Lima
2004	24 e 25/06	Matéria - pg	Turismo	05	Engenho do tempo	Museu da Rapadura				peças originais como o alambique de barro que fazia cachaça apenas para os donos do engenho"	Turismo	Cássio Cunha Lima
2004	22/07	Matéria - pg	Agronegócio	09	Cachaça da Paraíba no Anhembi	O produtor será visto por 25 mil pessoas e deve gerar R\$ 12 milhões em novos negócios	Carlos Cavalcanti			"A presença da Paraíba na Feira Brasil Cachaça (segunda edição) é resultado de convênio de cooperação técnica e financeira, fechado entre SICT e Aspeca"	Economia evento de mercado	Cássio Cunha Lima
2005	16/fev	Nota	Social	21	Sucesso		Hélia Botelho			"Múcio Fernandes estará em Brasília apresentando uma proposta de criação de um fundo para pesquisa e desenvolvimento para toda a cadeia produtiva da cachaça"	Sociedade/personalizada	Cássio Cunha Lima
2005	20/04	Reportagem - duas pgs	Nego	08 e 09	Biu do Alambique		Hilton Gouvêa			"Nos dias atuais o alambique (cobre) mais procurado pelos proprietários de engenhos de Areia"	Economia	Cássio Cunha Lima
2005	05/07	Matéria	Município	14	Cachaça Paraibana é destaque	Serra Preta, de Alagoas Nova, é a aguardente oficial de feira de corte em São Paulo	José Alves			"A Serra Preta foi a cachaça oficial do evento, passando por cima das famosas cachaças de Minas Gerais. Degustaram e aprovaram o produto paraibano como o melhor, entre as dezoto marcas concorrentes"	Economia/município	Cássio Cunha Lima
2005	10/11	Matéria - 1/2 pg.	Geral	10	Cachaça Paraibana é sucesso em Pernambuco	A cachaça paraibana é umasdas melhores fabricadas na região nordeste				"O Governo do Estado tem investido na capacitação dos produtores, para que a cachaça paraibana seja reconhecida de qualidade, e com isso o volume de negócios neste ramo vem aumentando ano a ano" SICT	Economia evento de mercado	Cássio Cunha Lima
2005	29/11	Matéria - pg.	Governo em Guarabira	02	Assim nasceu a RAINHA do Brejo	Engenho completa 90 anos de produção de cachaça artesanal	Hilton Gouvêa			é uma matéria (uma pg.) sobre Guarabira, com uma meia página sobre esse engenho e o interesse do governo em incluir a cachaça "dentro de um programa de qualidade"	Economia/município	Cássio Cunha Lima
2006	29 e 30/04	Reportagem	Parabá	04	Feira Brasil Cachaça 2006	Mercado é favorável ao produto	Fernando Patriota			O artesanato e principalmente, a cachaça."	Economia evento de mercado	Cássio Cunha Lima
2006	05/05	Nota	Social	20	Cachaça Brasileira		Ivonaldo Correa			O Brasil já tem mais de cinco mil marcas de aguardente de cana de açúcar produzidas por mais de 40 mil produtores que geram um milhão de empregos diretos e indiretos	Sociedade/economia	Cássio Cunha Lima
2006	31/05	Nota	Social	21	ExpoCachaça		Hélia Botelho			"Será um momento interessante para quem trabalha com cachaça, pois empresas de todos os Estados e de outros países estarão na ExpoCachaça" Múcio Fernandes	Sociedade/personalizada	Cássio Cunha Lima
2006	05/07	Nota	Social	20	Cachaça artesanal		Ivonaldo Correa			Trata de uma atenção "para os custos da cachaça artesanal que paga R\$ 2,20 de IPI por litro, enquanto fabricantes pagam R\$ 0,30" Vicente Lemos	Sociedade/personalizada	Cássio Cunha Lima

2006	25/07		Social	20	Prêmio Sebrae Revelação				Ivonildo Correa	Volúpia, Bandeira Branca, Cigana, Serra de Areia, Serra Preta, Talante e Tambaba	O empresário Vicente Otávio N. Lemos da Agroindustrial Lagoa Verde, da premiada Cachaça "Volúpia" recebe hoje o prêmio "Sebrae Revelação Empresarial" no segmento Indústria.	Sociedade/personalidade	Cássio Cunha Lima
2006	30/08	Matéria de 02 pgs	Paraliba	09	Marcas de qualidade	Aspeca vê boa fase para expandir os negócios		Fernando Patriota		Serra Limpá, Volúpia e Triunfo	"A UFPP e a Aspeca assinaram um convênio para financiamento de projeto de pesquisa e extensão destinado a melhorar ainda mais a qualidade da cachaça no Estado"	Economia/parceria acadêmica	Cássio Cunha Lima
2006	20/09	Matéria	Gerl	10	Qualidade da Cachaça	Serão discutidos regulamentos para fixação dos padrões de identidade exportação e produção					"A UFPP realiza desde ontem um seminário voltado para empresários produtores e técnicos da área de produção de cachaça"	Economia/parceria acadêmica	Cássio Cunha Lima
2006	07/11	Matéria	Gerl	15	Cachaça de Qualidade	A Paraliba se destaca na produção em todo o país que fabrica 1,5 bilhão de litros por mês de acordo com dados do programa				Serra Limpá, Volúpia	"A qualidade da bebida no Estado está sendo alvo de estudo pelo estudante Fabrício Nobrega UFPP"	Economia/parceria acadêmica	Cássio Cunha Lima
2006	15/12	Nota	Social	16	Festival da Cachaça Paraibana			Joseberg Lima		Volúpia, Serra Limpá, Engenho do Meio, Serra Preta, São Paulo e Tambaba	"A cidade mais verde do Brasil vai se transformar no período de 21 a 23 do corrente na capital nacional da cachaça"	Economia evento de mercado	Cássio Cunha Lima
2007	08/07	Reportagem	Nego	08	Mais Cachaça de Boa Qualidade	Marcas da Paraliba ganham visibilidade nos mercados		Carlos cavalcanti		Volúpia, Serra Limpá, Engenho do Meio, Serra Preta, São Paulo e Tambaba	"Mício Fernandes diz que somente com a união dos produtores paraibanos é que ocorrerá uma expansão mais rápida do consumo em mercados interno e externo"	Economia/política pública	Cássio Cunha Lima
2007	16/05	Matéria	Gerl	09	Cachaça reúne especialistas do NE	Ministro da Agricultura é esperado no Seminário do Agronegócio da Cachaça, que será realizado em Campina Grande		Ivonildo Correa			"De acordo com... Presidente da ASPECA, o cenário econômico para cachaça encontra-se no momento, em recessão, mas ele acredita que a situação deverá se reverter em breve"	Economia evento de mercado	Cássio Cunha Lima
2007	31/05	Matéria	Paraliba	07	Campina se transforma na capital regional da cachaça	Estado é o maior exportador para os EUA		Fernando Patriota		Bandeira Branca e Serra Preta	"A Paraliba é destaque mundial na produção de legítima cachaça inclusive com dois representantes na feira Internacional de Portugal. De acordo com dados do sebrae, estima-se que exista na Paraiba cerca de 60 engenhos"	Economia evento de mercado	Cássio Cunha Lima
2007	02 e 03/06	Matéria	Negócios	02	Cachaça no Maior São João do Mundo	Cachaça Artesanal		Carlos Cavalcanti		Volúpia, Caraqueijo, Anel do Brejo, Serra Limpá, Terra do Sol, Tambaba, Olho De Cana, Rainha, Talante, Dona Encrência, Cigana, Caruçú, Bis, Alegre, Matuta, Maribondo e São Paulo	"Nos dias atuais essa denominação cachaça artesanal está sendo bem menos usada. Os produtores preferem chamar de 'alambique'"	Economia	Cássio Cunha Lima
2007	27/06	Matéria	Turismo	08	Espiando por baixo	É público e notório que o vício do álcool é muito mais prejudicial do que o fumo		Germano Romero (arquitecto e artista plástico)			"Já viram como a cachaça adquiriu um status nunca antes lhe atribuído. Há garrafas de aguardente "envelhecida" que chegam a custar 150 reais... E haja propaganda em tudo que é jornal e revista, e outros segmentos da vida moderna"	Opinião/alerta para o consumo	Cássio Cunha Lima
2007	27/06	Matéria	Turismo	08	Estado apoia projeto do Sebrae para o Brejo	desenvolvimento do turismo rural da Paraliba		xx			"O evento é uma oportunidade para os turistas conhecerem a riqueza cultural do Brejo, com sua história baseada nos amigos engenhos de rapadura e cachaça"	Turismo	Cássio Cunha Lima
2007	07 e 08/07	Reportagem com 06 páginas	Negócios da Terra	03, 04, 05, 06, 07 e 08	Cachaça em Expansão	Aumento da produção, melhoria no design e na qualidade da bebida destilada da casa de açúcar apontam para o crescimento do setor na Paraiba		xx		Um página sobre a Serra Limpá	"Os engenhos paraibanos empregam cerca de 10 mil trabalhadores, atualmente. Nos últimos, os produtores tem procurado aperfeiçoar a qualidade da bebida destilada, cuja produção teve um acréscimo de 20% quando comparado a saíra anterior"	Economia turismo	Cássio Cunha Lima
2007	11/07	Nota	Opinião	02	Saideira	xx		Geovaldo Carvalho		Serra Limpá	"Antônio Inácio fabricante da Serra Limpá, exhibe um troféu." O presidente agradece a remessa da bebida e diz que apreciou e pede mais.	Opinião/personalidade	Cássio Cunha Lima
2007	20/07	Nota	Social	26	Confraria da Lapada	xx		Joseberg Lima		Volúpia, Cigana, São Paulo, Bandeira Branca, Talante e Serra de Areia	"Uma grande festa vai acontecer, às 21h no Parahyba Café - local das reuniões quinzenais do grupo" Aniversário de 02 anos de criação da Confraria da Lapada	Sociedade/informativo	Cássio Cunha Lima
2007	28/09	Matéria	Gerl	09	Cachaça desperta novas oportunidades de negócios	Na Feira do Empreendedor, que acontece em outubro, o Salão de Turismo apresentará aos visitantes a oportunidade de apreciar e investir no produto paraibano		Alexandre Moura		xx	"Feira do Empreendedor 2007 reservou um lugar todo especial para a bebida mais saborosa da cultura brasileira: a cachaça. O Salão do Turismo apresentará aos participantes a oportunidade de iniciar um bom negócio através do uso da 'brinquinha'"	Economia evento de turismo	Cássio Cunha Lima

2007	20-21/10	Matéria	Cultura	25	Festa para o Brega				Areia realiza em novembro o maior evento do estilo no mundo e espera atrair 90 mil pessoas em três dias	xx		xx	Vouíupia, Caraquejo, Anel do Brejo, Serra Limpa, Terra do Sol, Tambaba, Pinga do Norte, Rainha, Talante, Engenho do Meio, Cigana, Serra Preta, Arco Iris, Ponta de Areia e São Paulo	"O Bregatela & Festival da Cachaça e da Rapadura, no entanto, não se resume à festa. Com um público estimado em 90 mil pessoas, o evento também proporciona emprego e renda, conforme o prefeito".	Economia evento de cultura	Cássio Cunha Lima	
2007	08/11	Matéria	Cultura	18	Festa para o Brega			Historias e estórias do sucesso da cachaça no Brejo Paraibano						"A cachaça na Paraíba tem se tornado um grande negócio: para se ter uma ideia, hoje são produzidas mais de 20 marcas, inclusive exportadas para o exterior."	Economia evento de cultura	Cássio Cunha Lima	
2007	28/11	Matéria	Negócios	08	Festival aquece vendas em restaurantes de JP			O livro de receita é vendido em todos os estabelecimentos até o dia 7 de dezembro quando termina o festival						Festival Gastronômico de Cabritos, Cordões e Cachaças da Paraíba, realizado pelo Sebrae, tem um calendário especial para que todos possam degustar os pratos do festival, independente de comprar o "Livro de Receitas".	Economia evento de cultura	Cássio Cunha Lima	
2007	29-30/12	Matéria	Geral	10	Festival da Cachaça será atração em João Pessoa			A segunda edição do evento será realizada no período de 9 a 11 de janeiro, no Centro de Formação em Turismo e Hotelaria Sese/Senaac, na praia do Cabo Branco.						"A boa receptividade das novas cachaças que integraram o evento no ano passado fez com que a adesão duplicasse para 18."	Economia evento de mercado	Cássio Cunha Lima	
2008	04/01	Nota	Social	22	Festival da Cachaça			xx						"Os primeiros dias do ano de 2008 serão recheados com que há de melhor na gastronomia paraibana, mas precisamente da cachaça e produtos derivados"	Sociedade/informativo	Cássio Cunha Lima	
2008	10/01	Matéria	Verão	06	Festival apresenta cachaça como produto turístico			"É um momento de valorização da cachaça paraibana, que é uma das mais saborosas do Brasil"	xx							Economia evento de mercado	Cássio Cunha Lima
2008	11/01	Reportagem	Geral	04 e 05	Cachaça de boa qualidade			A paraíba é líder na produção da bebida de alambique no Nordeste								Economia evento de mercado	Cássio Cunha Lima
2008	06/03	Matéria	Economia	07	Microempresários da Paraíba buscam mercado no exterior			Paraibanos apresentam produtos a compradores de 16 países de olho nos US\$ 35mi a serem comercializados						"A cachaça paraibana considerada uma das melhores do país, será oferecida aos compradores internacionais..."	Economia	Cássio Cunha Lima	
2008	15/05	Matéria	Turismo	06	Engenheiros vão ter roteiro cultural			Estados da Paraíba, Pernambuco e Alagoas firmam acordo para desenvolver ações que promovam a integração do turismo						"Na Paraíba irão integrar o projeto Roteiro da Civilização do açúcar, 14 engenheiros de cachaça e rapadura localizados na região do Brejo."	Turismo	Cássio Cunha Lima	
2008	29/05	Nota	Social	23	Dona Encrenca			xx						"No parque do Povo, Jevohi (Eliane) Cavalho irá comandar a barraquinha da cachaça "Dona Encrenca" que é produto do engenho da família - Pilões"	Sociedade personalizada	Cássio Cunha Lima	
2008	11/06	Matéria	Geral	10 e 11	Areia, Paraíso da cachaça e do Frio			O Município oferece o maior número de engenhos que produz a bebida na Paraíba						"A cidade, que é cercada por 26 engenhos, que produzem desde rapadura e cachaça lítera a produção da brasileira bebida destilada feita da cana de açúcar no Estado".	Economia/município	Cássio Cunha Lima	
2008	18/06	Matéria	Serviço	06	Paraíba mostra roteiros no Salão Nacional do Turismo			O Estado participa em São Paulo do evento que apresenta o turismo brasileiro para quem quer viajar ou fechar negócios.	xx					Roteiros do Salão inclui engenhos onde alambiques como este (foto) produzem cachaça no Brejo	Economia evento de turismo	Cássio Cunha Lima	
2008	30/10	Matéria	Turismo	06	Areia aquece setor turístico com festival gastronômico			Novos pratos à base de cachaça e rapadura são apresentados e comercializados por empreendedores da região						"O objetivo é divulgar os derivados da cana de açúcar desenvolvendo a criatividade culinária"	Economia evento de turismo	Cássio Cunha Lima	
2008	07/11	Nota	Social	22	Feijão Amigo									Visita técnica do Clube do Feijão Amigo e a Contraria da Lapada para o Engenho que fabrica a cachaça em Areia	Sociedade/personalizada	José Maranhão	

2009	21/05	Reportagem - 5 pgs	"Especial Cachaça na Paraíba"	03	Parceria vai expandir o mercado de derivados da cana de açúcar na Paraíba	O Governo do Estado, o Sebrae-Pb, a OCEPB, UFPB e a Coodecana se empenham para escoar produtos de qualidade para mercados interno e externo.	xx	xx	Volúpia, São Paulo, Triunfo, Curuçú, Rainha, Tambaba e Terra do Sol - Foto	Prática moderna para a cadeia da cachaça. A APL (Arranjo Produto Local) realizou diagnóstico do setor e quer oferecer ao público consumidor, bebida certificada e com design moderno.	Economia/política pública	José Maranhão
2009	26/03	Reportagem - 2 pgs	Especial	08	Gestão moderna para cachaça	A cachaça que é fabricada pelos engenhos paraibanos já atinge 3 milhões de litros em safras anuais e o setor emprega diretamente cerca de 550 trabalhadores	Carlos Cavalcanti	xx	Volúpia, São Paulo, Triunfo, Curuçú, Rainha, Tambaba e Terra do Sol - Foto	"O consumo da bebida tem atingido as classes A e B nos últimos anos, antes só restrito ao segmentos sociais C,D e E".	Economia/política pública	José Maranhão
2009	17/07	Matéria	Geral	08	Governo promove Caminhos do Frio	Programação é realizada em 06 municípios da Região do Brejo, e começa com a Festa da Galinha e da Cachaça, na cidade de Alagoa Nova	Ana Neves - Assessora de comunicação da SETED	xx	xx	"O evento conta ainda com a caminhada ecológica " Caminhos dos Engenhos", onde os visitantes podem conhecer de perto a produção de Cachaça e Rapadura"	Economia turismo	José Maranhão
2009	26/07	Reportagem - 8 pgs	Especial Caminhos do Frio	Cadern o especi al	O turismo que gera resultados e prazeres no Brejo	O frio que gera lucro (editorial)	Carlos Cavalcanti	xx	xx	"Gastronomia ,degustação de cachaça , natureza exuberante, museus e casarios seculares são iguamas das atrações do programa do setor de turismo"	Economia turismo	José Maranhão
2009	16/08	Reportagem - 8 pgs	Especial Belezas do Brejo	Cadern o especi al	Casa Grande de Engenho um rico acervo do Brejo	Turismo do açúcar (editorial)	Carlos Cavalcanti		Entre tantos engenhos descritos só houve o relato da Cachaça Triunfo e seu engenho	O Brejo Paraibano acolhia cerca de 294 engenhos (catalogados pelo pesquisador Antônio Augusto de Almeida (1994). Já no ano 2000 o IBGE identificou 52 engenhos ativos no Brejo, com 25 desses produzindo somente aguardente.	Economia turismo	José Maranhão
2009	25/08	Matéria	Geral	09	Programa da cachaça será lançado amanhã	Vendas no mercado interno aumentam 5,3%	Josélio Carneiro		Volúpia, São Paulo, Triunfo, Curuçú, Rainha, Tambaba e Terra do Sol - Foto - e premiadas Volúpia, Serra Preta, Rainha e Serra Limpa	O plano consiste em aperfeiçoar a qualidade da bebida, e o aumento do consumo no país e no exterior. Estado tem como parceiros a UFPB, UFCC, Sebrae e Embrapa	Economia/parceria acadêmica	José Maranhão
2010	20/02	Matéria	Geral	09	Cachaças paraibanas estão entre as melhores do país, segundo a Veja.	Serra Limpa e a Volúpia dividem a 1ª colocação no ranking nacional e Serra Preta conquistou o 4º lugar, aponta o guia da edição da revista desta semana	xx	xx	Serra Limpa , Volúpia e Serra Preta	Para o químico Erwin Weimann, especialista em destilados e autor do livro, "Cachaça: a bebida brasileira", a Paraíba produz cachaça branca de ótima qualidade.	Cultural	José Maranhão
2010	17-fev	Matéria	Geral	8	Engenho fica famoso como cenário de filmes	O Engenho Outeiro, localizado em São Miguel, tem fama internacional por servir de paisagem para os filmes Menino de Engenho, A Bagaceira e Fogo Morto	Hilton Gouvêa			"o Engenho Outeiro já completou muitos anos de existência e, hoje, é um dos marcos do apogeu financeiro desta região da Paraíba, que viveu sua idade de ouro, num período de mais de três séculos"	Cultural	José Maranhão
2010	10-set	Nota	Social	20	Feijão amigo	XX	Ricardo Castro		Volúpia	"aos 12 anos do Clube (Do Feijão Amigo) e o retorno da Confraria da Lapada presidida pela arquiteta Fernanda Melo".	Cultural	José Maranhão