

Introdução

José Luciano Albino Barbosa

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

BARBOSA, JLA. Introdução. In: *Engenho de cana-de-açúcar na Paraíba: por uma sociologia da cachaça* [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2014. Substractum collection, pp. 15-27. ISBN 978-85-7879-330-2. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

INTRODUÇÃO

O Mercado Central de Campina Grande é um lugar que frequentei desde a infância, seja porque era o espaço das compras semanais, seja porque meu pai, há vários anos, lá trabalhou como comerciante.

Como ele nunca quis que nós, eu e minha irmã, trabalhássemos com ele, pois queria nossa dedicação aos estudos, seu ambiente de trabalho passou a ser uma espécie de visita e aos poucos, de diversão, pois a peculiaridade do ambiente me instigou desde logo pela riqueza de detalhes nas coisas e nas pessoas.

A Feira Grande, como é conhecida, mostrou-se para mim como um mundo a descobrir e, paulatinamente, tornei-me alguém que não era nem nativo nem estrangeiro, mas o filho do Sr. Edinho, conhecido por todos. Todos os sábados, eu ia com minha mãe fazer a feira, como ela dizia. E assim, passei a me familiarizar com os espaços, com a lógica do lugar. Depois das compras feitas, enquanto esperávamos meu pai concluir seus afazeres, eu passeava pela feira, comia, nos seus bares, bolos, queijos e geladas de coco.

Esse hábito, ainda presente, foi enriquecido na adolescência quando incrementei à minha dieta da feira, tripa, bode, picado e cachaça. Todo sábado entre nove horas e meio dia, às vezes, um pouco mais, passei a visitar os bares com outras intenções, agora, étlicas. Conversar com as pessoas, provar a comida feita na hora, beliscar carne, peixe, ouvir as conversas, tudo isso regado a cerveja e/ou cachaça, passou a ser mais que rotina semanal, para se tornar mesmo um hábito ou traço na formação de minha personalidade.

Em muitos bares sou conhecido pelo nome e me sinto muito seguro, como se estivesse num ambiente familiar. Meus amigos de escola e posteriormente, de universidade, frequentaram esses ambientes em várias situações, quando comemoramos aprovação de ano letivo, casamento, nascimento de filho, defesa de dissertação e tantas outras coisas.

Nessas comemorações, ou nos sábados comuns, certa liturgia era obedecida. Antes de tomarmos cerveja, sempre uma cachacinha abria os “trabalhos”, como forma de batismo ou pontapé inicial. Era comum, no canto do balcão, haver um barril ou garrafão de cachaça de engenho, chamada de brejeira, que apreciávamos aos poucos, pois era muito forte.

Os mais viciados, que se embriagavam todo dia, tão frequentes na Feira, não bebiam daquela cachaça, pois a consideravam *pesada* demais. Sua predileção era pelas populares 51, Pitu, Caranguejo etc. Mesmo as cachaças de engenho, de qualidade, vendidas nos armazéns a preços baixos (entre 3,00 e 4,00 reais o litro), os grandes e os pequenos e esporádicos consumidores, com algumas exceções, não valorizavam a brejeira.

Em várias situações, comprei litros de cachaça de engenho em garrafas de refrigerante tipo pet ou em botijões de vinho para peixadas e feijoadas na casa de amigos. Lembro-me bem como as pessoas não gostavam - principalmente as mulheres - quando diziam que a bebida era muito forte e coisa de pouco valor. Nem por isso, a gente deixava de beber, diga-se de passagem.

Para minha surpresa e de outros amigos, constatamos, a partir dos anos 90, a transformação da imagem da cachaça de engenho. A explosão comercial de marcas como Serra Limpa, Serra Preta, Volúpia, São Paulo, Marimbondo e outras bateu de frente com o preconceito de que cachaça era bebida de pobre ou desqualificada. Em pouco tempo, vi muita gente que se dizia avesso ao consumo da

bebida segurando uma garrafa de Serra Limpa na Micarande¹, no Parque do Povo, ou mesmo no veraneio em João Pessoa.

Estranha constatação. Quem conhece cachaça sabe que, do ponto de vista da produção e da qualidade (se dá ou não ressaca), essas marcas e as cachaças de engenho sem rótulo não diferem muito. Lembro-me daquele clássico exemplo das aulas de introdução a antropologia sobre água benta para se definir o que é cultura. Dois copos de água da mesma fonte, com as mesmas condições químicas se diferenciam completamente para o fiel católico quando uma delas se torna benta pela ação de transformá-la simbolicamente.

Isso mesmo ocorreu com a cachaça. Uma espécie de bênção materializada em rótulos, marketing, apelos de originalidade e pureza, menção à origem rural, à tradição, à qualidade, aliada a novos cuidados na fabricação, redefiniram a bebida ao ponto de mudá-la como se fosse outra coisa em relação ao que fora. “De repente”, beber cachaça virou moda. E nós, seus apreciadores, ganhamos também outro status.

Esse processo de ressignificação da cachaça me chamou muito a atenção. Percebi que poderia construir um trabalho investigativo que pudesse esclarecer, do ponto de vista sociológico, aquela complexidade. Certamente, a formação teórica combinada à vivência desse contexto histórico resultou num amálgama que eu chamo de sociologia da cachaça (ou a contribuição para uma).

Meu interesse se expandiu para a tentativa de entendimento das relações sociais particulares do mundo dos engenhos da Paraíba e de como seus agentes construíram uma nova dinâmica produtiva e comercial da cachaça.

1 Carnaval Fora de Época de Campina Grande.

A partir da orientação de Oliveira², entendi que o trabalho do antropólogo tem, na escrita, sua questão mais crítica e que tanto o olhar quanto o ouvir, considerados atos cognitivos preliminares, desempenham um papel importantíssimo no trabalho de campo desde que estejam disciplinados pela teoria, a qual impede observações ingênuas e o tratamento despercebido do que se lhe apresenta.

Assim, a investigação teórica exaustiva educa ao mesmo tempo em que decifra faces obscuras do objeto. A investigação etnográfica foi, portanto, um recurso investigativo bastante utilizado na pesquisa. A visita aos engenhos, entrevista com produtores, fotografias e muita observação são as ferramentas dessa investigação.

A relação indivíduo/sociedade, há muito, intriga a Sociologia. Pode-se dizer que a pergunta originada da mesma, quer dizer, quando o indivíduo não sofre influência do coletivo e vice-versa, posiciona-se como problema central ao estudo sociológico.

No âmbito da pesquisa, quando tento compreender relações sociais típicas de um engenho de cana-de-açúcar – local que, há séculos, deu início à empresa colonialista portuguesa nos trópicos, cenário de tantas imagens e performances – adoto o caminho da descrição etnográfica para, a partir do olhar antropológico disciplinado, captar nuances, detalhes pormenores de uma cultura vivida na sua forma pública e cotidiana,³ que, embora expresse realidades específicas, estão inseridas em questões mais amplas.

Na Região do Brejo paraibano, de clima ameno e matas ainda vastas, como nas cidades de Areia, Serraria, Alagoa Nova e outras, tive a oportunidade de conhecer um engenho chamado de Serra Preta, o qual fabrica aguardente, melão e rapadura. As aguardentes

2 OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. O trabalho do antropólogo: olhar, ouvir, escrever. In. O TRABALHO do antropólogo. 2.ed. Brasília: Paralelo 15; São Paulo: Editora UNESP, 2000.

3 GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC Livros Técnicos e Científicos, 1989.

Anel do Brejo e Dona Encrenca são marcas registradas junto ao Ministério da Agricultura e, do mesmo modo, como requisitos legais de uma empresa, atendem àquelas exigências do Fisco Estadual.

Neste caso, mesmo modesto nas suas estruturas, ainda herdadas de outras gerações, o Serra Preta conserva, combina, melhor dizendo, o duplo aspecto de se encaixar nas novas demandas mercantis de embalagem e comercialização, num processo fabril que pode ser chamado de tradicional, com suas moendas e tachos por muitas safras aquecidos, ao mesmo tempo em que se enquadra na nova onda estilizante.

Tive a feliz oportunidade de visitar vários engenhos daquela região. Com cuidado, observei como seus proprietários, cada um ao seu modo, conduz a lida diária, quer dizer, os passos do processo produtivo desde o manejo do solo, o cuidado com o corte da cana, a moagem e o fabrico da cachaça, de tal modo que, essa rotina passou, por vezes, a fazer parte das minhas conversas com alguns daqueles produtores.

Dos vários exemplos observados e das conversas desdobradas, foram escolhidos⁴ três engenhos para coleta direta de dados. As cachaças foram: São Paulo, Volúpia, e Aguardente Anel do Brejo. As escolhas ocorreram pela facilidade de comunicação e acesso aos proprietários e por também atenderem a uma questão de método da tese, assim como, pelo motivo de tipificarem os engenhos da Paraíba.

4 Cachaça São Paulo; Cachaça Volúpia; Aguardente Anel do Brejo. As escolhas ocorreram pela facilidade de comunicação e acesso com os proprietários e por também atenderem a uma questão de método da tese. A primeira é uma cachaça produzida em escala industrial, quer dizer, um engenho bastante moderno; a segunda, Volúpia, de porte médio, também inserida num contexto de ecoturismo; e a última, um engenho de pequeno porte, ainda com características bem tradicionais conservadas por gerações o processo fabril, tanto da cachaça, quanto da rapadura.

A primeira é uma cachaça, São Paulo, produzida em escala industrial, quer dizer, um engenho bastante moderno com capacidade de produzir cinco milhões de litros por ano; a segunda, Volúpia, de porte médio, com capacidade de produzir trezentos mil litros por ano, também inserida num contexto de ecoturismo; e a última, um engenho de pequeno porte, vinte mil litros por ano, ainda com características bem tradicionais e que conserva por gerações o processo fabril, tanto da cachaça, quanto da rapadura. Dos três, o último me estimulou mais para a incursão etnográfica. O Engenho Serra Preta se destacou para mim como relação afetiva. Houve, de fato, um namoro.

Após longo percurso teórico e literário sobre obras que abordam a cana-de-açúcar nos contornos econômicos, sociais e outros, descobri, nos dias atuais, que os engenhos descritos por José Lins do Rego, naquilo que ele chamou de ciclo da cana-de-açúcar, ainda existem. Modificados, ressignificados, enriquecidos, vestidos de novas roupas, carentes de vitrine, ou, mais precisamente, de investigação e enfoque reflexivo.

Não me refiro aqui a heranças materiais apenas. O engenho Serra Preta, por exemplo, pertence à mesma família há cinco gerações. Isso quer dizer que, pelas contas da atual proprietária, Dona Eliane, a quem carinhosamente passei a chamar de Senhora de Engenho, seus antepassados começaram a plantar cana na região desde o início do século XIX, talvez final do XVIII.

No engenho, há móveis, máquinas, árvores e tantas outras coisas que ninguém consegue dizer com precisão quantos anos têm. Mas também há relações que, mesmo modificadas historicamente, relembram claramente aquelas destacadas por José Lins do Rego e Gilberto Freyre. Quantos compadres, comadres, afilhados, festas de casamento, de batizado; quanto trabalho e fidelidade afetivos.

Localizado no município de Alagoa Nova/PB, o Engenho Serra Preta chegou à Dona Eliane na forma de herança. Segundo ela mesma, muitas pessoas hoje brincam de Sr. de Engenho, mas

não sabem o que isso significa. Como se, para ela, o engenho fosse algo muito maior, mais sentimental e importante do que um mero espaço de produção de cachaça.

Dona Eliane e Carlos de Melo⁵ se aproximam em muitos aspectos. Embora o segundo seja ficção, a história de infância no engenho de ambos se combina: nas brincadeiras, traquinagens infantis com filhos de moradores e na saudade engrandecida quando estavam no colégio interno. O engenho para Dona Eliane não é só fonte de renda, mas, principalmente, memória, rejuvenescimento em cada partido de cana moída, na bagaceira que aquece os tachos e faz mel, rapadura, como também, choro de alambique que pinga cachaça.

A região da cana-de-açúcar, na Paraíba, foi e continua sendo espaço de conflitos trabalhistas, embora atualmente sejam constatadas grandes conquistas no setor, a exemplo da contratação com carteira assinada, o que garante certos direitos ao trabalhador, como, por exemplo, seguro desemprego no período de entressafra. Do ponto de vista das relações capitalistas, o papel do Sindicato dos Trabalhadores Rurais e da Justiça do Trabalho é de grande contribuição ao investirem na formalização das relações de trabalho, principalmente nos engenhos registrados como empresas.

Mesmo esse contexto de relações capitalistas em andamento e execução, torna-se evidente a combinação de formas aparentemente opostas em relação às mesmas. Coexistem no mesmo ambiente a figura patriarcal representada por Dona Eliane e as carteiras de trabalho que ressaltam, sim, um processo capitalista no seu peculiar conflito entre capital e trabalho.

As meninas que brincavam com Dona Eliane são hoje as mães dos trabalhadores do Engenho que alguns lhe tomam a bênção por serem seus afilhados. Para mim, o Engenho Serra Preta e os outros

5 Rego, José Lins. **Menino de Engenho**. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, [1986].

dois pesquisados representam uma amostra do setor de cachaça, na Paraíba, e a forma mais atualizada de Casa-Grande & Senzala.

Nos municípios do Brejo paraibano, em Areia, por exemplo, vi vários proprietários novos no ramo e também, como Dona Eliane, herdeiros de engenhos há várias gerações. Embora para ela, muitos estejam brincando de Sr. de Engenho, ironia à parte, é inegável a grande preocupação e investimento no setor, empreendedorismo à fabricação de cachaça de qualidade.

Encontros, festivais, associativismo, cursos e parceria com o SEBRAE revelam uma tentativa de profissionalização e valorização de marcas como Serra Limpa, Serra Preta, Volúpia, São Paulo, Tambaba e dezenas de outras que caminham à busca de maior inserção no mercado de cachaça.

Tudo isso significa um turbilhão de relações, um dinamismo social que tem na cachaça de alambique o parafuso de Arquimedes, quer dizer, aquele dispositivo giratório, ora início, ora fim, que faz passado e presente se moverem num simples giro a impulsionar coisas novas.

Na ciência, nada é gratuito, tudo é construído, assim diz Bachelard (1996). Neste caso, a capacidade de construir um problema é essencial, pois, sem ele, a ciência não tem sentido. Diante do universo de engenhos de cana-de-açúcar, o que há para além da cachaça e da rapadura? Sociologicamente que problema pode ser construído aí?

A partir de muita observação e leitura, penso que esse contexto empreendedor sobre a cachaça que se iniciou no final dos anos de 1980 revela algo mais que o imediato interesse econômico. Em outras palavras, que motivações conduziram tal processo de transformações segundo novas exigências mercadológicas?

Nessa perspectiva, não me refiro a elementos exclusivamente econômicos na sua racionalidade, mas aos referenciais simbólicos que elegeram interesses e assim caminharam do entusiasmo ao trabalho duro e, finalmente, à construção de marcas.

Os dados colhidos nos engenhos destacados só foram possíveis em decorrência de uma relação de confiança e de convívio com produtores no Seminário Agronegócio da Cachaça do Nordeste, organizado pela ASPECA (Associação dos Produtores de Derivados da Cana-de-açúcar da Paraíba), ocorrido de 31 de maio a 03 de junho de 2007 no Centro de Convenções Raimundo Asfora, no Garden Hotel em Campina Grande. Nesse evento, do contato com a realidade de dezenas de produtores, foi possível constatar estudos regionais e nacionais realizados sobre o setor por órgãos como o SEBRAE e o Ministério da Agricultura.

A cachaça é a terceira bebida destilada mais consumida no mundo. Sua produção anual está estimada entre 1,3 e 1,5 bilhão de litros por ano, cujo consumo se restringe, quase que totalmente, ao Brasil. Deste total, 70% estão definidos pelo setor industrial com um número estimado de 980 milhões de litros e o restante, algo em torno de 400 milhões de litros, pelas cachaças de alambique. Assim, pode-se dividir o fabrico da cachaça em dois grupos: uma das grandes indústrias responsáveis pela grande parte da produção, e outra, a de engenho ou alambique, mais conhecida como artesanal.

Independente da origem da produção, se por alambique ou industrial, no Brasil, cachaça, aguardente e pinga são a mesma bebida. A grande diferença está no processo de produção que a define pela destilação: em alambiques de cobre ou em destiladores contínuos (industriais).

Porém, mesmo se tratando de uma mesma bebida, há especificações técnicas e legais que estabelecem diferenciação entre cachaça e aguardente. A partir da Lei nº 8.918 de 14 de julho e 1994 e dos Decretos 2.314/97 e 4.851/03, a cachaça foi padronizada, assim como recebeu um importante aparato legal para identidade como bebida do Brasil, de acordo com o artigo 92 da referida Lei,

Cachaça é a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, com

gradação alcoólica de 38% a 48% 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. (BRASIL, 1994).

A Lei ainda aborda padronização, classificação, registro, inspeção, produção e fiscalização da bebida.

Aguardente de Cana é a bebida com gradação alcoólica de 38% a 54% em volume, a vinte graus Celsius, obtida do destilado alcoólico simples de cana-de-açúcar ou pela destilação do mosto fermentado de cana-de-açúcar, podendo ser adicionada de açúcares até seis gramas por litro. (BRASIL, 1994).

Assim, cachaça e aguardente são diferenciadas basicamente pelo processo de destilação no tocante ao teor alcoólico que dá à segunda maior concentração de álcool. Outra forma de diferenciação da bebida se dá pelo processo de envelhecimento ou do resultado do armazenamento específico em barris de madeira num determinado tempo.

Será denominada de cachaça envelhecida, a bebida que contiver no mínimo cinquenta por cento de aguardente de cana envelhecida, por um período não inferior a um ano, podendo ser adicionada de caramelo para correção da cor. (BRASIL, 1994).

As cachaças de alambique possuem maior valor agregado em razão de o processo produtivo estar mais atento à fermentação

natural, aos cuidados desde o plantio sem o uso de agrotóxicos e de queimada na colheita, além do investimento no envelhecimento da bebida. De modo resumido, é possível afirmar que, embora as cachaças de alambique e de coluna/industrial sejam a mesma a bebida, percebe-se grande diferença entre ambas, principalmente no aspecto sensorial e na diversidade em que a primeira se insere. Para se ter uma ideia quanto ao número de produtores de cachaça e aguardente no Brasil, estima-se um número de 30.000, nos quais 5.000 são marcas. A maioria é formada por pequenos engenhos espalhados por todo o país.

O mercado de bebidas alcoólicas no Brasil, segundo a Associação Brasileira de Bebidas (ABABE), tem a cerveja como o produto de maior consumo (88,8%), seguida da cachaça (6,6%) e de outras bebidas (4,6%). No campo específico dos destilados, a cachaça é a bebida mais consumida (87%), e sua produção está concentrada no Estado de São Paulo.

Outra informação importante se refere à quantidade de cachaça exportada. Em 2006, o mercado exterior foi responsável pela compra de 11,3 milhões de litros, ou seja, menos de 1% da produção total naquele ano. Da cachaça artesanal, foram exportados 300 mil litros, aproximadamente 2% da produção. Quando dados absolutos são analisados sobre a produção nacional de cachaça, tanto de alambique quanto industrial, a primeira impressão parece demonstrar grande quantidade (1,4 bilhões de litros anuais). Porém, quando o mercado exterior é levado em conta, percebe-se como pouco conhecida é a bebida. E em termos ainda mais específicos em relação à Paraíba, constata-se como o Estado, com seus 2% da produção nacional, ainda é bastante restrito ou modesto no setor, de tal modo que, mesmo com investimentos nos engenhos verificados nas duas últimas décadas, é preciso cautela quando se falar na produção de cachaça neste Estado. A onda empreendedora redefiniu a dinâmica produtiva em vários estabelecimentos. Porém, o que se observa são os primeiros passos para a consolidação e reconhecimento de certas

marcas. Em resumo, esta é a situação das cachaças da Paraíba: marcas fortes no mercado em termos de qualidade do produto, mas ainda bem germinal no aspecto mercadológico. Ganhar mercados é o grande desafio para tais produtores.

Para entender melhor o setor, na Paraíba, é necessário viver o cotidiano do engenho e, a partir disso, produzir um texto que permita refletir suas entranhas menos visíveis. Do final de 2005 até hoje, tenho procurado me inteirar de tudo quanto foi possível sobre cachaça na Paraíba. No período destacado, conheci mais de quarenta produtores da Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Minas. Com isso, articulei-me e consigo, no momento, transitar com certa facilidade nos engenhos da Paraíba, mais ainda naqueles ligados à Coodercana e à Aspeca, respectivamente cooperativa e associação de produtores de cachaça e derivados da cana-de-açúcar no Estado.

Busquei, além de mapear engenhos, estreitar laços mais próximos com seus representantes – no intuito de definir minha posição de pesquisador na área – despertar o interesse deles para tanto e assim obter “salvo-conduto” nos eventos e propriedades, até conquistar a confiança de todos, ao ponto de Dona Eliane, proprietária do engenho Serra Preta, ceder a chave da Casa Grande do seu engenho para eu me instalar nele e fazer o trabalho de campo.

Nunca conheci uma Senhora de Engenho. Apenas esposas e filhas de donos de engenho. Dona Eliane é uma exceção à regra. Sem desmerecer outras como Ana Júlia da cachaça Triunfo que trabalha muito na sua empresa, como Dona Eliane não há na Paraíba e nem por perto.

Embora eu tenha nascido em Campina Grande, Agreste paraibano, sinto-me identificado com o mundo dos engenhos, com a realidade que constatei no Brejo, tal um menino que se encanta com brinquedo novo. A realidade estudada se tornou ainda mais sedutora para mim quando, a partir de José Lins do Rego, iniciei o

trabalho de campo. Quando chegava a um engenho, era o cenário de seus romances que eu tinha na cabeça, de tal modo que esta tese tem, desde seu início, a preocupação socioantropológica da análise, mas, sobretudo, a inspiração e a sensibilidade de um leitor motivado por um lado, pela obra de José Lins e por outro, pela própria cachaça, tendo em vista que sempre fui um apreciador declarado.

O cheiro do engenho, no seu fabrico diário, o processo de fermentação e destilação, as pessoas, suas relações, especialmente, as que constatei no Serra Preta, impregnaram na minha figura de pesquisador aquele elemento passional que me deu energias para concluir este trabalho.

A partir deste momento, fica lançado o convite para a leitura de um texto construído com tais elementos emocionais e de fidelidade ao rigor sociológico, mas advirto que o veio literário é mais evidente, pois está diluído em cada combinação de palavras do texto. Lembro-me mais uma vez de minha mãe. Quando eu expliquei para ela o que estava estudando, seu comentário foi no mínimo sarcástico: “tu não gosta do cheiro, nem do produto?! Passei a vida inteira botando esse menino pra estudar e ele agora vai ser doutor de cachaça”.

Pois é, fazer o quê? Doutor de cachaça ou não, como ela disse, há, neste trabalho, o intuito de levar ao leitor exatamente o cheiro e o sabor da cachaça. Se você, leitor, sentir vontade de se sentar debaixo de uma árvore do Serra Preta e apreciar sua cachaça, este trabalho terá seu objetivo cumprido.