

GENGIBIRRA: PATRIMÔNIO HISTÓRICO-CULTURAL E IMATERIAL

Yonara Helena Siqueira Cheres¹
Rúbia Gisele Tramontin Mascarenhas²

Resumo: A pesquisa teve por objetivo verificar a pertinência ou não da atribuição à Gengibirra do título de Patrimônio Histórico-Cultural e Imaterial das regiões envolvidas no processo de sua produção ou mesmo do Paraná; investigou o processo de fabricação do refrigerante de Gengibirra, desde o plantio do gengibre até o produto final; e analisou as possibilidades de incremento do turismo em razão do processo de fabricação da Gengibirra, um refrigerante à base de gengibre e açúcar, que passa por fermentação para se tornar a bebida referida. Foram coletados dados que demonstraram a importância da Gengibirra, não apenas como Patrimônio Histórico-Cultural e Imaterial de Palmeira, mas também em âmbito macrorregional: Regiões Metropolitana, Litorânea e Campos Gerais. Foram feitas pesquisas bibliográficas, com ênfase na história e memória cultural da Gengibirra. Devido às três regiões fazerem parte, historicamente, do processo de fabricação, foram analisadas as áreas de abrangência da gengibirra enquanto patrimônio histórico, e se ele deveria ser atribuído apenas a Palmeira ou à macrorregião em que está inserida. Como resultados, esperou-se fornecer subsídios capazes de ressaltar a Gengibirra, de Patrimônio Histórico-Cultural e Imaterial de Palmeira, macrorregional ou estadual.

Palavras-chave: Gengibirra; Patrimônio Histórico-Cultural e Imaterial; Gastronomia.

INTRODUÇÃO

A Gengibirra é um refrigerante popular no Paraná; segundo Aulete (2013), é uma bebida fermentada feita com gengibre, frutos, açúcar, ácido tartárico e fermento de pão, proveniente do inglês *ginger* – gengibre, e *beer* – cerveja, cerveja de gengibre. Embora originalmente fosse chamado de cerveja de gengibre, o refrigerante não contém álcool (Bach, 2011). A pesquisa pretendeu participar do processo de preservação da memória das localidades envolvidas — Palmeira, Morretes e Curitiba — das regiões dos Campos Gerais, litorânea e Metropolitana, respectivamente, no processo de plantio do gengibre até a fabricação do refrigerante, valorizando essas memórias locais e seus valores sociais. A Gengibirra tornou-se Patrimônio Histórico-Cultural e Imaterial de Palmeira em 4 de abril de 2019, pelo Decreto n.º 3551, de 4 de agosto de 2000. No Brasil, o patrimônio histórico imaterial é protegido pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) desde 2000, pela Lei n.º 3.924/61.

Em Bach (2011) verificou-se que o tradicional refrigerante Gengibirra nasceu há mais de 80 anos, pelo trabalho de uma família de imigrantes italianos na Colônia Cecília,

¹ Graduanda em Bacharelado em Turismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG);

² Doutorado em Geografia pela Universidade Federal do Paraná, professora do Departamento de Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa e Gestora Hospitalar do Hospital Universitário da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

uma comunidade anarquista, no município de Palmeira, e era produzida para ser bebida nas festas da colônia, a qual ficou por muitos anos; logo após a dissolução da colônia, Ezígio Cini, o principal criador da gengibirra, mudou-se para Curitiba, para começar a produzir licores e outros refrigerantes de frutas juntamente com a Gengibirra, que é produzida até hoje, praticamente com a mesma receita, pelos seus descendentes, na empresa Hugo Cini S.A. Indústria de Bebidas e Conexos. Além da valorização desse Patrimônio Histórico-Cultural e Imaterial, a pesquisa justificou-se pela dificuldade de se encontrar estudos científicos a respeito do tema, bem como sua relevância econômica para as comunidades envolvidas. Para Mascarenhas (2016, p.45) as políticas de preservação da alimentação como patrimônio cultural tem se tornado frequentes, tanto para que ocorra a preservação dos costumes, como para a conservação de sua originalidade, preocupando-se sempre com a sustentabilidade local. Segundo Schlüter (2003, p.20), a comida e a bebida são, em geral, atos sociais em que a família e os amigos se reúnem ao redor da mesa, em algum lugar, porque a comensalidade deve ser vista a partir dos lugares onde se produz essa interação local. Em Freixa & Chaves (2009, p.19) vê-se que "a gastronomia é um inventário patrimonial tão importante culturalmente quanto os museus, as festas, as danças e os templos religiosos".

Pode-se dizer que se vê a alma de um povo, quando se vê o seu patrimônio, e com isso surge a hipótese de estender o título patrimonial da Gengibirra para todo o Estado do Paraná. Para Anjos, Angeli e Ruiz (2018, p.137) "o patrimônio não se limita à materialidade, pode referir-se aos bens produzidos pelos antepassados, que resultam em experiências e memórias, coletivas ou individuais e não só a bens materiais". O bem intangível histórico é um bem frágil perante os processos de globalização, por isso a proteção desse bem é muito bem-vinda para que ele não se desagregue e desapareça (Grandi, 2022). Schlüter (2003, p.29) mostra que a gastronomia local serve de motivação e evita que o bem desapareça, além de atrair para outros meios turísticos, pois o uso turístico do patrimônio faz com que a gastronomia adquira, cada vez, maior importância para promover um destino e para atrair correntes turísticas.

A memória gustativa de um povo, aliada à memória cultural, traz, de forma empírica, as expressões singulares de uma sociedade (Pitte, 2003, p. 199-203); em face disso, foi proposta a materialização do processo de Histórico-Cultural e Imaterial da gengibirra em análise nas macrorregiões Metropolitana, Litorânea e Campos Gerais. O Estado do Paraná possui uma grande quantidade de pratos típicos e de pesquisas da

gastronomia, porém, em se tratando de bebidas, esse número é quase inexistente, o que justifica a pesquisa do refrigerante de Gengibirra. A gastronomia aliada à atividade turística pode contribuir para a preservação do saber fazer, possibilitando auxiliar no aumento de atratividade dessas cidades, colaborando para desenvolvimento e o incremento da economia local.

METODOLOGIA

A metodologia da pesquisa foi exploratória, com o levantamento e sistematização da bibliografia em livros, revistas, periódicos, sites, teses e artigos, referentes ao Patrimônio Histórico-Cultural e Imaterial, desenvolvimento local, regional e a história da Gengibirra, além de textos sobre gastronomia. Na pesquisa exploratória foi feita entrevista como representante do marketing da Empresa Cini, Rodrigo Tabora Costa, tentou-se uma visita ao espaço da Fábrica da Cini em São José dos Pinhais, único local permitido pela empresa para se fazer visitas, porém a fábrica estava em manutenção, portanto fechada para visitas, e os espaços de plantio em Morretes não podem ser visitados. Em Palmeira foi feita visita ao Sítio Minguinho, onde o proprietário, senhor Arnaldo Monteiro Bach, possui um Museu; na ocasião, o Senhor Arnaldo falou sobre seu livro Colônia Cecília, no qual relata fatos sobre a Gengibirra e sobre os ancestrais da Família Cini.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Mapeamento e visão da Empresa sobre as regiões envolvidas no processo de produção

Segundo dados do representante do setor de *marketing*, Rodrigo Tabora Costa, a Cini Empresa começou seu legado em 1904, na cidade de São José dos Pinhais; por um determinado tempo, passou por Curitiba, Pinhais, e retornou a São José dos Pinhais pela necessidade de espaço, e era esse o espaço disponível na época; assim, acabou perpassando por mais de uma cidade, até se estabelecer onde se encontra hoje. O retorno a São José dos Pinhais também foi devido à cidade estar na zona metropolitana de Curitiba, que os deixava bem localizados, com espaço fabril suficiente para desenvolvimento dos produtos da CINI; ademais, ficaram próximos do litoral para escoamento dos produtos.

Parte da matéria-prima usada na fabricação da Gengibirra decorre de um dos insumos, o gengibre, que vem de plantações na cidade de Morretes, com clima propício para o desenvolvimento da raiz, e por ser uma cidade próxima de São José dos Pinhais,

onde se encontra a fábrica da Cini. Os outros insumos vêm de diversas partes do país, no entanto a Empresa não os divulga, devido a fórmula ser um segredo industrial. Inclusive, não informa nomes e nem dados de produtores, para serem visitados, nem seus endereços e muito menos os telefones.

Apesar de não haver divulgação minuciosa de como é feito o refrigerante Gengibirra, a Empresa apresenta de forma sucinta, para as pessoas que fazem uma visita ao interior da fábrica, como é o processo de fabricação de todos os refrigerantes que ela produz, não só da Gengibirra. A Empresa abre espaço para visitas ao interior da fábrica e convida as pessoas para essas visitas na unidade fabril de São José dos Pinais, com hora marcada previamente e visita guiada.

Em se tratando da exploração do refrigerante de Gengibirra pela cidade de Palmeira, a Empresa afirma que ele está presente em todas as festas oficiais da cidade, bem como em estabelecimentos comerciais, e é explorada nesses eventos com o Título de Patrimônio Histórico-Cultural e Imaterial de Palmeira.

O refrigerante de Gengibirra como incremento turístico

Rodrigo Taborda Costa, representante da Empresa Cini, relatou que exploram o refrigerante de Gengibirra em suas redes sociais e nas festas oficiais, como um produto com o Título de Patrimônio Histórico-Cultural e Imaterial de Palmeira, e que gostariam que fosse alçado a nível estadual com esse título, porque, por ter um gosto exótico, esse produto é consumido e adorado por muitas pessoas. A bebida tem o mercado paranaense com cem por cento de aproveitamento, por ser um produto único no Estado, e com sabor singular, por ser uma bebida tradicional.

Não só a Gengibirra, mas também os demais refrigerantes da Cini estão em expansão no país, e já possuem boa fatia do mercado de algumas regiões de São Paulo e Santa Catarina, estando entre as dez marcas mais vendidas no país, além de, no caso Gengibirra, deterem cem por cento do mercado paranaense.

Foi relatado também que, hoje, o processo produtivo da Cini atinge mais de 400 famílias direta ou indiretamente, e que existem visitas ao interior da fábrica e que alguns bares de Curitiba utilizam a Gengibirra em seu rol gastronômico, principalmente na comida japonesa e em diversos *drinks*. A Empresa distribui suvenires, como camisetas, bonés e chaveiros, mas sem loja para venda desses produtos, porque são materiais apenas de *merchandising*, cuja temática é a Cini, e não um determinado sabor, seja o do refrigerante

de gengibre ou outro qualquer. A Cini presa por alçar todos os produtos no mercado, e não apenas um produto em especial, e não tem nenhum interesse em ter apenas o refrigerante de Gengibirra como produto turístico, porque, como foi relatado anteriormente, o seu foco não é um produto específico, e nem o seu sabor, e sim a marca da Empresa em termos gerais.

IMPLICAÇÕES PRÁTICAS E/OU TEÓRICAS

Dificuldades encontradas/críticas e sugestões

Uma dificuldade encontrada foi a da demora por respostas às perguntas feitas aos representantes da Cini; com isso, ficou reduzido o prazo para o desenvolvimento da pesquisa. Ainda, a negativa ao pedido para visitar lugares que enriqueceriam a pesquisa, como os locais de plantio do gengibre, e o fechamento indeterminado da Fábrica da Cini para visitaçãõ.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Gengibirra tem uma longa história e é uma bebida comum em muitas culturas ao redor do mundo. Em certos lugares, é considerada uma bebida tradicional e faz parte da cultura. Essa história e cultura podem ser exploradas para atrair turistas interessados em conhecer mais sobre a história e as tradições locais.

Em algumas regiões, como é o caso da cidade de Morretes, a produção de gengibre é uma atividade econômica importante, gerando empregos e estimulando o comércio. A visita a locais de produção e a degustação da bebida na Cini de São José dos Pinhais, como já existe, pode ser uma experiência turística interessante, enriquecedora tanto para a Empresa quanto para os visitantes do espaço, passível de ser incluída como parte de uma campanha de *marketing* turístico para promover a região, servindo-se, inclusive, de suvenires turísticos voltados ao produto com o título de patrimônio, alavancando também a venda dos demais produtos da Empresa. E, na estratégia de alavancar a cidade de Palmeira como destino turístico, a bebida também pode ser destacada como um produto local único, colaborando com o incremento no interesse dos turistas em visitar o lugar. Aliando-se os municípios partícipes da história e do atual processo produtivo da Gengibirra, ou seja, Palmeira, Morretes e São José dos Pinhais, a bebida poderia ser alçada a produto turístico estadual.

Além da visão patrimonial, é fato que se pode utilizar a gengibirra como uma bebida a ser explorada em várias regiões do Estado do Paraná, tornando-se um atrativo turístico

gastronômico, devido a sua originalidade e ao seu sabor único, e isso tende a atrair pessoas dispostas a experimentar essa bebida tradicional, seduzindo turistas para experiências gastronômicas autênticas.

Contudo, mesmo com o refrigerante Gengibirra detendo o título de Patrimônio Histórico-Cultural e Imaterial de Palmeira, podendo ser alçado a Patrimônio do Estado, é certo que a Cini não se interessa em explorar o potencial gerado por tais fatos, preferindo promover a imagem de todos os seus produtos conjuntamente, o que dificulta a exploração de tal potencial.

AGRADECIMENTOS

A pesquisa só se deu porque diversas instituições e pessoas colaboraram para isso; dentre essas, especialmente registro agradecimentos:

À orientadora, que, por mais de um ano, dedicou parte do seu tempo direcionando-me e propiciando toda a ajuda necessária para a execução deste projeto;

A todos os professores do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa que, com seus ensinamentos, ajudaram para a conclusão desse trabalho;

À senhora Elisa Cini Guerra, da Hugo Cini S.A. Indústria de Bebidas e Conexos, que proporcionou, por intermédio da equipe de *marketing* da Empresa, na pessoa do funcionário Rodrigo Taborda Costa, as respostas aos questionamentos formulados, propiciando a obtenção dos dados que alimentaram a pesquisa;

Aos meus filhos, marido e amigos pela colaboração, incentivo e compreensão nos momentos de afastamento;

E, por fim, a todas as agências e instituições de financiamento e fomento CNPq, Fundação Araucária e Universidade Estadual de Ponta Grossa, pela oportunidade de estar nesse projeto de iniciação científica.

REFERÊNCIAS

ANJOS, F. A.; RUIZ, T.C.D. Planejamento e Gestão do território: Destino Turístico de Foz do Iguaçu. In: ANJOS, F. A., ANGELI, N.P.; LIMBERGER, P.F. **Turismo e hospitalidade no Brasil**. 1 ed. Itajaí: UNIVALI, 2013.

BACH, A. M. **Colônia Cecília**. Ponta Grossa: Do Autor, 2011;

BRAUNE, R. **O que é gastronomia**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

DICIONÁRIO CALDAS AULETE. **Gengibirra**. 2002. Disponível em <https://www.aulete.com.br/gengibirra> acesso em: 14 jan. 2023.

GRANDI, G. Criado a 80 anos, refrigerante Gengibirra é tombado patrimônio cultural. **Jornal Gazeta do Povo**. Disponível em: <https://afrebras.org.br/noticias/criado-ha-mais-de-80-anos-refrigerante-gengibirra-e-tombado-patrimonio-cultural/> Acesso em: 15 jul. 2022.

FERNANDES B. M. V.; KIYOTANI, I. B. A Cachaça como patrimônio: turismo, cultura e sabor. **Revista de Turismo Contemporâneo**, [S. l.], v. 3, n. 2, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/7763> Acesso em: 14 mar. 2023.

FREIXA, D. CHAVES, G. **Gastronomia no Brasil e no Mundo**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2009.

IPHAN. Patrimônio Mundial Cultural e Natural. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/29>. Acesso em: 24 nov. 2022.

LAGE, L. B. **Paisagem como ligação entre a conservação do patrimônio e o planejamento territorial: 'conservation/preservation through development**. 2018. Tese de Doutorado.

MARQUES, G. **Gengibirra, Cini Framboesa e Wimi: Conheça onde são fabricadas as gasosas que Curitiba ama**. tribunapr.uol.com.br. Disponível em <https://tribunapr.uol.com.br/noticias/curitiba-regiao/gengibirra-cini-framboesa-e-wimi-conheca-onde-sao-fabricadas-as-gasosas-que-curitiba-ama/> Acesso em: 15 jul. 2022.

MASCARENHAS, R. G. T. **Turismo & Gastronomia na região dos Campos Gerais do Paraná**. Ponta Grossa: UEPG, 2016.

MURTA, S. M. ALBANO, C. Org. **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar**. Belo Horizonte: UFMG, 2002.

PITTE, J. R. **A gastronomia francesa: história e geografia de uma paixão**. Porto Alegre: L&PM, 1993.

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