

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA  
INSTITUTO DE HISTÓRIA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

RAFAELA COSTA CRUZ BARBIERI

CACHAÇA, POR FAVOR!  
EMBATES DE REPRESENTAÇÕES NA PERSPECTIVA DO *ORGANIZING*

UBERLÂNDIA - MG

2019

RAFAELA COSTA CRUZ BARBIERI

CACHAÇA, POR FAVOR!

EMBATES DE REPRESENTAÇÕES NA PERSPECTIVA DO *ORGANIZING*

Tese apresentada ao Programa de Pós Graduação em História da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial para qualificação do curso de Doutorado em História. Área de concentração: História e Cultura.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup>. Mônica Chaves Abdala

UBERLÂNDIA - MG

2019

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
Sistema de Bibliotecas da UFU, MG, Brasil.

---

B234c Barbieri, Rafaela Costa Cruz, 1983-  
2019 Cachaça, por favor! [recurso eletrônico] : embates de representações  
na perspectiva do organizing / Rafaela Costa Cruz Barbieri. - 2019.

Orientadora: Mônica Chaves Abdala.  
Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Uberlândia, Programa  
de Pós-Graduação em História.  
Modo de acesso: Internet.  
Disponível em: <http://doi.org/10.14393/ufu.te.2021.8002>  
Inclui bibliografia.

1. História. I. Abdala, Mônica Chaves, 1958-, (Orient.). II.  
Universidade Federal de Uberlândia. Programa de Pós-Graduação em  
História. III. Título.

CDU: 930

---

André Carlos Francisco  
Bibliotecário – CRB-6/2047



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

## ATA DE DEFESA

|                                                     |                                                                                      |                 |       |                       |       |
|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------|-----------------------|-------|
| Programa de Pós-Graduação ou Curso de Graduação em: | História                                                                             |                 |       |                       |       |
| Defesa de:                                          | Tese de Doutorado, número 104, PPGHI                                                 |                 |       |                       |       |
| Data:                                               | Catorze de agosto de dois mil e dezenove                                             | Hora de início: | 14:00 | Hora de encerramento: | 17:15 |
| Matrícula do Discente:                              | 11413HIS018                                                                          |                 |       |                       |       |
| Nome do Discente:                                   | Rafaela Costa Cruz Barbieri                                                          |                 |       |                       |       |
| Título do Trabalho:                                 | "Cachaça, por favor! Embates de representações na perspectiva do <i>organizing</i> " |                 |       |                       |       |
| Área de concentração:                               | História Social                                                                      |                 |       |                       |       |
| Linha de pesquisa:                                  | História e Cultura                                                                   |                 |       |                       |       |
| Projeto de Pesquisa de vinculação:                  | Comida, Cultura e Sociabilidade                                                      |                 |       |                       |       |

Reuniu-se no Bloco 5M, Sala 1, Campus Santa Mônica da Universidade Federal de Uberlândia, a Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-graduação em História, assim composta: Professores Doutores: Cairo Mohamad Ibrahim Katrib/FACED-UFU; Tadeu Pereira dos Santos/UNIR; Cintia Rodrigues de Oliveira Medeiros/FAGEN-UFU; Alessandra de Sá Mello da Costa/PUC-RIO (participou da defesa por meio EPISTOLAR); Wescley Silva Xavier/UFV (participou por webconferência); Mônica Chaves Abdala orientador(a) do(a) candidato(a).

Iniciando os trabalhos o(a) presidente da mesa, Dr(a). Mônica Chaves Abdala, apresentou a Comissão Examinadora e o candidato(a), agradeceu a presença do público, e concedeu ao Discente a palavra para a exposição do seu trabalho. A duração da apresentação do Discente e o tempo de arguição e resposta foram conforme as normas do Programa.

A seguir o senhor(a) presidente concedeu a palavra, pela ordem sucessivamente, aos(às) examinadores(as), que passaram a arguir o(a) candidato(a). Ultimada a arguição, que se desenvolveu dentro dos termos regimentais, a Banca, em sessão secreta, atribuiu o resultado final, considerando o(a) candidato(a):

Aprovada.

Esta defesa faz parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Doutor.

O competente diploma será expedido após cumprimento dos demais requisitos, conforme as normas do Programa, a legislação pertinente e a regulamentação interna da UFU.

Nada mais havendo a tratar foram encerrados os trabalhos. Foi lavrada a presente ata que após lida e achada conforme foi assinada pela Banca Examinadora.



Documento assinado eletronicamente por **Cintia Rodrigues de Oliveira Medeiros, Coordenador(a)**, em 14/08/2019, às 17:23, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Cairo Mohamad Ibrahim Katrib, Professor(a) do Magistério Superior**, em 14/08/2019, às 17:26, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Mônica Chaves Abdala, Usuário Externo**, em 14/08/2019, às 17:31, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Tadeu Pereira dos Santos, Usuário Externo**, em 14/08/2019, às 17:38, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Wesley Silva Xavier, Usuário Externo**, em 14/08/2019, às 17:52, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Alessandra de Sá Mello da Costa, Usuário Externo**, em 15/08/2019, às 11:24, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://www.sei.ufu.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **1445197** e o código CRC **F69E5FEB**.

CACHAÇA, POR FAVOR!

EMBATES DE REPRESENTAÇÕES NA PERSPECTIVA DO *ORGANIZING*

Tese aprovada para obtenção do título de Doutora no Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Uberlândia, pela banca examinadora formada por:

Uberlândia, 14 de agosto de 2019.

---

Dr.<sup>a</sup> Mônica Chaves Abdala - UFU  
(Orientadora)

---

Dr. Wescley Silva Xavier – UFV

---

Dr.<sup>a</sup> Cíntia Rodrigues de Oliveira Medeiros - UFU

---

Dr.<sup>a</sup> Alessandra de Sá Mello da Costa – PUC/ Rio

---

Dr. Cairo Mohamad Ibrahim Katrib - UFU

---

Dr. Tadeu Pereira dos Santos - UNIR

*À Maria, à Flora e ao Joaquim, meus filhos amados.  
Vocês nasceram junto com essa tese e me mostraram o poder do amanhã e do acreditar.*

## AGRADECIMENTOS

Meus agradecimentos a quem fez parte da jornada que foi o doutorado e, em particular, a escrita, a defesa e a entrega da tese. Foi um tempo e um caminho de reflexão, de possibilidades, de exercício da minha identidade, e de reconhecimento da construção simbólica que me move e me instiga. Que bom foi ter dúvidas! Que bom foi poder compartilhá-las, que bom foi aprender com elas! Que bom foi ouvir outras, de outros, e também aprender com elas! Que bom foi escutar outras respostas! O doutorado foi a minha busca de um novo próprio e de suas dimensões. Foi curiosidade, foi esforço, foi amadurecimento, foi uma passagem para o que escolhi me dedicar mais detidamente a partir de então nas pesquisas.

Estudar cultura foi um prazer. Foi um desafio, está sendo, mas foi e é um prazer.

Sempre gostei das brincadeiras com “cozinhadinhos” no quintal, das histórias das minhas avós, dos livros de folclore, de literatura e história, minhas matérias queridas, de observar as pessoas no dia a dia, e de escutar e contar coisas sobre a vida. Materialidades e afetividades, sempre um prazer falar disso e então estudar isso. Uma curiosidade sobre as palavras, sobre os jeitos de ser, de ter, de saber, de sentir, de fazer parte. Um querer saber, um querer ouvir. O interesse pelas histórias de comidas veio nas viagens, e de bebidas quando mudamos da capital mineira para o interior do estado e meus pais construíram um alambique de cachaça. Curiosidade pelos significados e pelas alquimias que transformam ingredientes em outra coisa. Curiosidade sobre as memórias e sobre como cada grupo as cultiva. Curiosidade de curiosa que virou curiosidade de pesquisadora.

Entusiasmo em estudar o que está em volta dessas materialidades e afetividades, profissões, família, religiosidade, organizações. Uma perspectiva antes prática do que teórica, uma disposição e um gostar de estudar, uma vontade de olhar e perguntar. O doutorado foi assim uma escolha por algo que capturasse a experiência de participar de discussões que me interessam, de conversas que me importam, e que posso levar adiante. Discussões que me fizessem entender a sociabilidade envolvida e que me capturassem a atenção. Discussões que me fizessem ver além, que me fizessem ver o movimento social das organizações e não só sua gestão, administração ou coordenação. A formação em história veio como uma possibilidade de forjar uma pesquisa crítica e fronteira das organizações como próprio de coletividades cheias de intencionalidade, interesses e jogos de poder.

Este trabalho é também um esforço coletivo.

Agradeço à Profa. Maria Clara Tomaz Machado, cuja contribuição é inestimável! Ela me deu atenção desde as primeiras ideias e nos estudos como aluna especial, ainda não como aluna regular do curso. Ela é exemplo de pessoa, ela é minha inspiração de profissional. Ela me explicou e me apresentou um jeito de entender a cultura, a sociedade e a construção histórica que me encantaram desde as primeiras conversas. Ela achou graça das minhas idas e voltas sobre o que é verdade, onde está a verdade, quem fala a verdade e como apresentar o que eu não sei se é verdade. Mais que isso, ela me apresentou conceitos, me apoiou, me aconselhou, me criticou, me cobrou, me deixou livre, me ajudou a encadear minhas ideias, me olhou no olho e acreditou em mim. Ela é uma pessoa forte e ativa, e de um abraço e um carinho protetor sem igual!

Agradeço à Profa. Mônica Abdala, que me acolheu como orientanda nos últimos meses e que me conduziu na finalização da tese. Ela que já era minha referência bibliográfica, ela a quem eu já escutava no rádio, ela que falava com vagar e conhecimento de causa nos eventos que me encantavam, ela que estudava o que eu queria pesquisar, ela que sempre foi modelo de estudiosa criteriosa, foi ela quem me indicou caminhos, frases e correções. Ela comentou minhas palavras repetidas, respeitou minhas limitações, e que me ajudou a entender que era chegada a hora de completar esta etapa e me impulsionou na preparação para isso.

Agradeço ao Prof. Martin Parker, que me disse para ousar e enfrentar as questões que me aparecessem, pois o que eu pesquisava e defendia era interessante. Que alegria ouvir isso de alguém que tanto admiro. Ter me recebido para o doutorado sanduíche foi muito generoso de sua parte e me fez confirmar os estudos organizacionais como uma área em que cabem muitas perguntas e minhas inquietudes. Nossas conversas semanais me fizeram enxergar novos horizontes, outros objetos e mais argumentos. A forma doce e ácida ao mesmo tempo de ver a vida, de enxergar em cada caminhão de circo passando ou andaime pendurado um motivo pra escrever e expressar suas ideias. O que ele faz com suas ideias dentro e fora da universidade me inspira. Ele faz diferença onde está e ele provoca mudança, isso é bonito de ver e acompanhar. É o tipo de pessoa que quero seguir.

Agradeço à Profa. Deborah Toner pela boa surpresa que foi encontrá-la no Departamento de História e seus estudos sobre pulque e tequila quando fui para o doutorado sanduíche. Ela que me deu muito para ler e para discutir. Ela que foi boa companhia quando eu me perdi nos argumentos que queria usar na tese. Ela que me apresentou à “comunidade” *drinking studies*. E ela que até hoje enriquece minhas leituras e reflexões com seus apontamentos e questões em nossas conversas à distância. Ela que desde que voltei me

repassa suas indicações bibliográficas e que me incentiva para que eu faça projetos extensionistas que envolvam a questão da alimentação e das bebidas, em especial.

Agradeço à CAPES por ter proporcionado o doutorado sanduíche e tantos momentos de partilha e reflexão conjunta que pude experimentar em Leicester – United Kingdom. Sem a bolsa não seria possível essa realização pessoal e profissional. Sou uma pesquisadora e uma professora diferente por conta dessa experiência.

O doutorado é, em larga medida, algo que mudou minha forma de ver o mundo e as escolhas que fazemos de viver e perceber nossa cultura. A tese é o resultado de uma formação que mudou minha forma de estudar, de pesquisar e, acredito, de ensinar também.

Agradeço a todos os professores do Programa com os quais aprendi e que foram parte desse processo de imersão, formação e mudança. Especialmente, à Profa. Luciene Lehmkuhl e ao Prof. Jean Luiz Neves Abreu, por despertarem em mim a vontade de estudar mais sobre imagens e sobre o Brasil e de pesquisar diferentes fontes. Eles me apresentaram tantos autores que não conhecia, e me permitiram fazer tantas perguntas!

Agradeço aos companheiros de doutorado pela companhia na empreitada e pela receptividade com alguém que vinha de fora e tão pouco sabia. Agradeço por terem me escutado, me perguntado e me incentivado. Agradeço especialmente à Jaqueline Souza Gutemberg, com quem dividi leituras, perguntas e tantos momentos e conversas.

Agradeço à Profa. Cíntia Rodrigues de Oliveira Medeiros, que sempre me incentivou no trabalho, que me aconselha e me escuta no dia a dia. Ela que é um espelho de dedicação ao que faz, e que com tanta generosidade leu e contribuiu com o texto de qualificação e da versão final, estimulando a que eu avançasse mais e que logo estivesse com ela em outros projetos e parcerias de pesquisa e ensino.

Agradeço ao Prof. Valdir Machado Valadão Júnior, que me encoraja e me defende como colega fiel, que sorriu e me confortou quando contava as dificuldades e os meandros como aluna, e que mesmo sem estar na banca de qualificação leu o texto e indicou onde eu poderia aperfeiçoar. Ele que sempre me mostra o afeto à universidade e o que a educação pode fazer no mundo. Ele que abraça apertado e quer saber de mim.

Agradeço à Profa. Ana Paula Spini por me amparar na parte final desse processo formativo, por compreender e incentivar a minha tarefa de aproximar história e estudos organizacionais e por facilitar a designação de nova orientação e todo o encaminhamento formal de documentações e apresentações.

Agradeço à Profa. Alessandra de Sá Mello da Costa, ao Prof. Wesley Silva Xavier, ao Prof. Cairo Mohamad Ibrahim Katrib e ao Prof. Tadeu Pereira dos Santos pela rica discussão, pelas

contribuições na defesa final com indicações sobre pesquisas complementares e desdobramentos possíveis das análises empreendidas, e pela gentileza das palavras de elogio e incentivo.

Agradeço à Profa. Rosa Maria Ferreira da Silva, revisora da tese, por lapidar meu texto. Ela corrigiu palavras e parágrafos, rearranjou linhas e imagens, sugeriu títulos mais argumentativos, leu e releu inclusões e detalhamentos e me mostrou caminhos para dar mais substância aos achados de pesquisa. Mais que isso, ela foi ouvinte, soube me fazer perguntas que indicaram o que estava na minha fala, mas não no meu texto, e que precisava ser mencionado. Agradeço por ter me ouvido e me acalmado também.

Agradeço também aos colegas da Faculdade de Gestão e Negócios, que me estimularam e liberaram para realizar esta capacitação tão desejada por mim e tão importante para minha carreira e atuação na universidade.

Agradeço ainda e, sobretudo, aos que estão comigo sempre. Agradeço a Deus, por ser minha luz e minha força. Agradeço à minha família pelo apoio. Aos meus pais, agradeço por serem incentivadores, entusiastas, críticos e também informantes, entrevistadores e revisores desse estudo. Agradeço muito e sempre por serem meu suporte e meu abrigo nas conquistas e nos desânimos ao longo desses anos. Ao meu irmão, agradeço por ser meu melhor amigo, meu porto seguro, e por ter certeza de que eu terminaria esse doutorado, mesmo quando eu duvidei. Agradeço ao meu marido pelo suporte e pelo amor. Agradeço às minhas filhas e ao meu filho, agradeço por vocês terem mudado a minha vida nos últimos anos, somando música e alegria a todos os meus dias, e no meio desse caminho tinha uma tese. Aos meus avós, agradeço pelo carinho nos momentos de descanso e também nos de ansiedade e por se orgulharem da minha trajetória. Aos tios e primos, agradeço por perguntarem sobre a tese e sorrirem ao ouvir minhas explicações. Agradeço aos meus amigos, por compartilharem ideias e argumentos. Agradeço por verem em mim capacidade e competência, mesmo quando minha pesquisa não estava completa e meu texto eram arquivos separados com análises dispersas.

E para fechar, quero agradecer a Ariano Suassuna (*in memoriam*), porque devo a ele o olhar cuidadoso, carinhoso e demorado sobre a cultura popular brasileira que sempre teve e me inspira e devo também a escolha pelo doutorado na História. Que bom que consegui mandar minha carta a ele, agradecendo em vida por isso, mas não deixarei de fazer também aqui! Quero ainda aprender muito com ele, em suas obras, suas entrevistas e suas aulas.

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

Carlos Drummond de Andrade (“De alguma poesia”, 1930).

## RESUMO

O presente estudo se propõe pesquisar a cachaça, tomando-a como objeto capaz de elucidar a participação das organizações na construção de representações socioculturais. Desta forma, a pesquisa se assenta sobre uma reflexão “interdisciplinar” ou, até mesmo, “transdisciplinar” na qual se problematiza a “cachaça” entre dois campos do conhecimento acadêmico, os Estudos Organizacionais e a História Cultural. Neste sentido, partindo-se da perspectiva das organizações como processo dinâmico de construção e em construção, *organizing*, questiona-se como e quais representações estão construídas acerca da cachaça e que tipo de interações estas estabelecem entre si. Academicamente, a pesquisa se justifica pela importância de se compreender os novos conteúdos que passaram a ser associados à cachaça no Brasil, a partir da década de 1990. Novos adjetivos foram conferidos à bebida, tais como *gourmet*, *premium* e artesanal, ao mesmo tempo em que termos como regional e nacional ganharam novas roupagens. Atrelados a estas inovações, novos públicos, novos mercados, investimentos de empresas produtoras e nova legislação, instigaram a pesquisa a observar a atuação das organizações ligadas à produção da cachaça, no conturbado relacionamento dos seus sujeitos. O principal argumento da tese é de que há embates de representações travados especialmente nas controvérsias postas na contemporaneidade sobre a cachaça. Com relação ao referencial teórico, a pesquisa adota referenciais pertinentes aos campos do conhecimento nos quais transita, com uma ferramenta teórica pertinente à História Cultural, representação; e, ao recolocar as representações na perspectiva do *organizing* dialoga diretamente com os referenciais pertinentes aos Estudos Organizacionais. Com relação à metodologia, a pesquisa utilizou documentos escritos e imagéticos. A coleta de dados foi feita na produção de estudos sobre o Brasil e de folcloristas; na legislação nacional e do Estado de Minas Gerais; em documentos diversos de associações estaduais e federações; em apontamentos do SEBRAE para o setor produtivo. Também foram objetos de análise programas televisivos, campanhas publicitárias, rótulos da bebida, fotografias e, ainda, narrativas de sujeitos entrevistados nos anos de 2016 e 2017. Por fim, o trajeto de pesquisa que se propôs, indo à busca dos elementos constituidores das representações da cachaça, demonstrou que nem sempre estas convivem de forma harmônica. Pelo contrário, há embates entre as organizações responsáveis pela promoção das representações, exprimindo nelas as disputas que ocorrem entre grupos e sujeitos.

**Palavras-chave:** Cachaça. Cultura. Representações. Organizações. *Organizing*.

## ABSTRACT

The present study aims to research “cachaça”, taking it as an object capable of elucidating the role of organizations in the construction of socio-cultural representations. In this way, the research is based on an "interdisciplinary" or even "transdisciplinary" reflection in which "cachaça" is problematized between two fields of academic knowledge Organizational Studies and Cultural History. In this sense, the organization is understood as a dynamic process of construction, organizing, and questions are posed about how and what representations are built about cachaça and what kind of interactions they establish among themselves. Academically, the research is justified for the importance of understanding the new contents that came to be associated with “cachaça” in Brazil, from the 1990s. New adjectives were conferred on the drink, such as *gourmet*, premium and artisanal, at the same time in that terms like regional and national have gained new clothes. Linked to these innovations, new audiences, new markets, investments of producing companies and new legislation, instigated the research to observe the performance of organizations related to the production of “cachaça”, in the troubled relationship of its subjects. The main argument of this thesis is that the clashes of representations are fought especially in the controversies currently placed on “cachaça”. Regarding the theoretical reference, the research adopts references a theoretical tool pertinent to Cultural History, representations; and dialogues directly with the references pertinent to Organizational Studies, when repositioning the representations in the perspective of organizing. Regarding the methodology, the research used written and imaging documents. The data collection was done in the production of folklorists, in the national legislation and the State of Minas Gerais; in various documents of state associations and federations; in notes from the SEBRAE to the productive sector. Television programs, advertising campaigns, labels, photographs, and narratives of subjects interviewed in the years of 2016 and 2017 were also analyzed. Finally, the research route that was proposed, going in search of the constituent elements of the representations of “cachaça”, has demonstrated that they do not always coexist harmoniously within organizing. On the contrary, there may be clashes between the organizations responsible for promoting those representations, expressing in them the disputes that occur between groups and subjects.

**Key-words:** Cachaça. Culture. Representations. Organizations. Organizing.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### IMAGENS

#### IMAGENS DE ABERTURA DOS CAPÍTULOS

|          |                                          |     |
|----------|------------------------------------------|-----|
| FIGURA A | Cachaça servida em copos – fundo amarelo | 17  |
| FIGURA B | Cachaça servida em copo – fundo azul     | 41  |
| FIGURA C | Tonel de Cachaça                         | 67  |
| FIGURA D | Cachaça Maria Andante                    | 90  |
| FIGURA E | Cachaça com queijo                       | 137 |
| FIGURA F | Cachaças                                 | 169 |

#### IMAGENS NO INTERIOR DOS CAPÍTULOS

|             |                                                                                 |     |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----|
| FIGURA 1    | Engenho manual que faz caldo de cana. Debret, 1822.                             | 48  |
| FIGURAS 2   | Rótulos de cachaça: bebida de negros.                                           | 50  |
| FIGURA 3    | Rótulo de cachaça: bebida de pobres.                                            | 51  |
| FIGURAS 4   | Rótulos de cachaça: sexo e mulher.                                              | 52  |
| FIGURAS 5   | Itens expostos no Museu da Cachaça do Rio de Janeiro. Paty do Alfeí<br>RJ, 2016 | 69  |
| FIGURAS 6.  | Rótulos da Cachaça “GRM”: antes e depois de 2013                                | 74  |
| FIGURA 7.1. | Alambique de Cobre. Paraty, RJ.                                                 | 80  |
| FIGURA 7.2. | Núcleo urbano original. Paraty, RJ.                                             | 80  |
| FIGURA 8    | Cachaça Abaíra (Chapada Diamantina, BA).                                        | 83  |
| FIGURA 9    | Alambique Neno Campanari. Monte Alegre do Sul, SP.                              | 85  |
| FIGURAS 10  | Links da Página “Alambiques”. Webiste “Turismo em Monte Alegre<br>Sul”.         | 86  |
| FIGURAS 11  | Espaço de Eventos na Fábrica Carvalheira. Recife, PE, 2016.                     | 88  |
| FIGURA 12   | Cachaças Artesanais de Salinas                                                  | 96  |
| FIGURA 13   | Destilaria de coluna. Cia Müller, Lajeado, RS.                                  | 99  |
| FIGURA 14   | Destilaria de alambique. Cachaça Middas, Dracena, SP.                           | 99  |
| FIGURAS 15  | Instalações de produção de cachaça artesanal                                    | 102 |
| FIGURA 16   | Cachaças Havana - Salinas                                                       | 112 |
| FIGURA 17   | Cachaças Orgânicas: Sanhaçu e Weber Haus                                        | 114 |
| FIGURA 18   | Gourmetização da “Caipereja”                                                    | 117 |
| FIGURA 19   | Cachaça Lord 79 - – Imagem publicitária                                         | 121 |
| FIGURA 20   | Cachaça Middas – Imagem publicitária                                            | 122 |
| FIGURA 21   | Logomarca do Programa Bendita Marvada                                           | 130 |

|            |                                                            |     |
|------------|------------------------------------------------------------|-----|
| FIGURA 22  | Trecho da animação de abertura do Programa Bendita Marvada | 130 |
| FIGURAS 23 | Capas de livros sobre Cachaça                              | 133 |
| FIGURA 24  | Interior da Cachaçaria Nacional – Belo Horizonte (MG).     | 134 |
| FIGURAS 25 | “Nhô Dito” e “Chico Bento”                                 | 138 |
| FIGURA 26  | Mineiro pensando em queijo                                 | 139 |
| FIGURA 27  | Campanha publicitária: Cachaça de Minas. Junho de 1997.    | 149 |
| FIGURA 28  | Selo de qualidade – AMPAQ                                  | 154 |
| FIGURAS 29 | Cachaças de Minas – Festival de Cachaça Gourmet (2019)     | 157 |
| FIGURA 30  | Cachaça GRM. Produzida em Araguari, MG.                    | 156 |
| FIGURAS 31 | Selos de qualidade AMPAQ                                   | 160 |
| FIGURA 32  | Cachaça “Amago da Tradição” com selo da AMPAQ              | 160 |
| FIGURA 33  | Logomarca da ANPAQ                                         | 161 |

#### QUADROS

|          |                                                                   |    |
|----------|-------------------------------------------------------------------|----|
| QUADRO 1 | Exportação de cachaça brasileira, em dólar: 1997 -1999            | 64 |
| QUADRO 2 | Exportação de cachaça brasileira, em dólar: 2017                  | 66 |
| QUADRO 3 | Legislação em torno da cachaça: 1603 – 2013                       | 73 |
| QUADRO 4 | Aspectos da produção da cachaça artesanal e da cachaça industrial | 98 |

#### GRÁFICOS

|           |                                       |    |
|-----------|---------------------------------------|----|
| GRÁFICO 1 | Cadeia Produtiva da Cachaça no Brasil | 25 |
| GRÁFICO 2 | Representações da Cachaça             | 26 |
| GRÁFICO 3 | Etapas de produção da cachaça         | 44 |

#### TABELAS

|          |                                                                       |     |
|----------|-----------------------------------------------------------------------|-----|
| TABELA 1 | Mobilidade e estratificação social no Brasil: 2002, 2006, 2010, 2013  | 125 |
| TABELA 2 | Estimativa regional do número de engenhos de cana, Minas Gerais, 1836 | 146 |

#### MAPAS

|        |                                                              |    |
|--------|--------------------------------------------------------------|----|
| MAPA 1 | Indicações de Procedência da Cachaça no Brasil -2007 a 2016. | 79 |
|--------|--------------------------------------------------------------|----|

## LISTA DE SIGLAS

|            |                                                                                                         |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ABS        | Associação Brasileira de Sommeliers                                                                     |
| ADPIC      | Acordo sobre Direitos de Propriedade Internacional relacionados ao Comércio                             |
| AGROSTAT   | Estatísticas de Comércio Exterior do Agronegócio Brasileiro                                             |
| AMPAQ      | Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade                                               |
| ANPAQ      | Associação Nacional dos Produtores e Integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique |
| ANVISA     | Agência Nacional de Vigilância Sanitária                                                                |
| APACS      | Associação dos Produtores Artesanais de Cachaça de Salinas                                              |
| APEX       | Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos                                           |
| BNDES      | Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social                                                    |
| Embrapa    | Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária                                                             |
| IBRAC      | Instituto Brasileiro da Cachaça                                                                         |
| INDI       | Instituto de Desenvolvimento Industrial de Minas Gerais                                                 |
| INMETRO    | Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial                                   |
| INPI       | Instituto Nacional de Produtividade Industrial                                                          |
| MAPA       | Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento                                                     |
| MDIC       | Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior                                            |
| OMC        | Organização Mundial do Comércio                                                                         |
| PNC        | Plano Nacional de Cultura                                                                               |
| PNUD       | Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento                                                       |
| SEAPA – MG | Secretaria do Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento – Minas Gerais                            |
| SEBRAE     | Serviço de Apoio à Micro e Pequenas Empresas e do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial           |
| SNIIC      | Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais                                                 |
| UNESCO     | Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura                                    |

## SUMÁRIO

|                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| INTRODUÇÃO                                                                       | 16  |
| CAPÍTULO 1. O PERCURSO DA CACHAÇA NO BRASIL: DE BEBIDA VULGAR A SÍMBOLO NACIONAL | 41  |
| 1.1. Bebida de excluídos e renegados sociais                                     | 41  |
| 1.2. A cachaça em nova roupagem: a positivação da bebida                         | 58  |
| CAPÍTULO 2. CACHAÇA NACIONAL E CACHAÇA REGIONAL                                  | 67  |
| 2.1. A cachaça nacional                                                          | 67  |
| 2.2. A cachaça regional                                                          | 75  |
| CAPÍTULO 3. CACHAÇA ARTESANAL E CACHAÇA GOURMET                                  | 90  |
| 3.1. A cachaça artesanal                                                         | 90  |
| 3.2. A cachaça gourmet                                                           | 113 |
| CAPÍTULO 4. CACHAÇA MINEIRA: CONSTRUÇÃO E RESSIGNIFICAÇÃO                        | 137 |
| 4.1. O mineiro e a mineiridade                                                   | 137 |
| 4.2. A cachaça de Minas                                                          | 143 |
| 4.3. Regional e nacional: AMPAQ e ANPAQ                                          | 157 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS                                                             | 168 |
| DOCUMENTAÇÃO                                                                     | 172 |
| REFERÊNCIAS                                                                      | 182 |
| ANEXOS                                                                           | 198 |
| APÊNDICE                                                                         |     |



FIGURA A. Cachaça servida em copos. Fonte: Bebida Express (2013).

## INTRODUÇÃO

Forma, temperatura, cor, sabor, aroma, textura, consistência. Cada um gosta de sua bebida ou comida de um jeito. Neste particular, externa preferências por ingredientes e técnicas de preparo, bem como experiências pessoais, divertidas ou não. A alimentação inspira emoções, estima, zelo, nojo, saúde, vaidade, religiosidade, música. É um misto de materialidades e afetividades. Alimentar-se é dar sustento, saciar, satisfazer, fartar, suprir.

Do ponto de vista sócio antropológico, a alimentação é um processo sociocultural. Congrega todo um aparato simbólico, que envolve o conjunto de atos envolvidos em selecionar e consumir comidas e bebidas. Do ponto de vista histórico, permeia a construção humana no tempo, aparecendo como elemento fundamental nas festividades, nas religiosidades, nos processos de troca econômica e simbólica ao longo das gerações.

Como se come e o que se come; e como se bebe e o que se bebe, difere-se no espaço e no tempo. Comidas e bebidas são utilizadas para consagrar, confraternizar, ensejar conversas, pactuar, rememorar, inebriar. São motivos de migração, dominação, elucidação do passado, elementos de transmissão de valores culturais. Reforçam relações afetivas e de parentesco. Engendram histórias e narrativas. Exibem redes de relacionamentos.

Por todas estas razões, comidas e bebidas igualmente ensejam estudos. Sob a perspectiva cultural, grupos de estudiosos vêm se interessando cada vez mais pelo conjunto de manifestações artísticas, religiosas, políticas, linguísticas e comportamentais das sociedades humanas e seus alimentos. Arte, antropologia, estudos de mídia, estudos organizacionais, geografia cultural, literatura, psicologia social, filosofia, sociologia e história são alguns dos campos que se dedicam ao tema.

Dentro do amplo leque de possibilidades reflexivas, encontram-se trabalhos que estudam os aspectos políticos e econômicos da produção e circulação de alimentos; as interações entre indivíduos e grupos; os valores e padrões comportamentais constituídos face aos alimentos, produzidos para comercialização; a convivência em espaços de socialização, manifestações de crenças, diversão e prazer.

Da mesma forma, há estudos que investigam a apropriação da natureza pelo homem em seu contraditório processo de significação, elaboração e ressignificação sócio histórica dos alimentos. Destarte, comidas e bebidas permitem iluminar as conjunturas nas quais se desenvolve a espacialidade da cultura e mesmo a questão da ação de organizações privadas, do Estado e de instituições sem fins lucrativos sobre esses espaços e comércios. Igualmente,

permitem observar as transformações das relações humanas e o pano de fundo sobre o qual os indivíduos constroem seus roteiros sociais e os percursos de sua existência.

É, pois, neste instigante entroncamento, que o presente trabalho se propõe pesquisar a *cachaça*. Ao toma-la por objeto de estudo, o faz compreendendo-a como um frutuoso elemento capaz de elucidar a participação das organizações na construção de representações socioculturais. Desta forma, a pesquisa se assenta sobre uma reflexão “interdisciplinar” ou, até mesmo, “transdisciplinar” na qual se problematiza o objeto “cachaça” entre dois campos do conhecimento acadêmico: os Estudos Organizacionais e a História Cultural. Neste sentido, partindo-se da perspectiva do *organizing* questiona-se como e quais representações são construídas acerca da cachaça e que tipo de interações estas estabelecem entre si.

A aproximação entre História e Administração não é recente. Sobre a perspectiva, Costa e Silva afirmam que desde a última década consolidaram-se os estudos com esta abordagem, de modo que amadureceram as possibilidades de realizar pesquisas com pretensões a uma reflexão crítica para além do pensamento causal e preditivo, inserida entre os dois campos<sup>1</sup>.

No entanto, embora novos conceitos tenham emergido desse diálogo, os estudos que engajam objetos e abordagens das duas áreas ainda se apresentam em pequeno número ensejando ricas possibilidades de pesquisa. Assim, ao tomar a cachaça como objeto que permite a reflexão na interseção das duas ciências, o que se quer é contribuir com novas perguntas no pensar administrativo ou, no que se poderia denominar, na abordagem da história organizacional, com especial atenção à realidade brasileira.

Nesta aproximação, a pesquisa se enquadraria no que Costa, Barros e Martins propõem como posição reorientacionista, uma vez que se dispõe a resgatar “[...] aspectos históricos e interculturais em oposição à reprodução ideológica dominante que tende a excluir o passado ou o contexto das teorias e práticas organizacionais [...]”, se aproximando da realidade brasileira e potencializando uma posição de engajamento<sup>2</sup>.

A perspectiva reorientacionista se sustenta porque, para além da aproximação entre História e Administração, a presente pesquisa considera que os *organizing* analisados são constituídos por relações de poder, as quais perpassam todo o corpo social, além das

---

<sup>1</sup> COSTA, Alessandra de Sá Mello da; SILVA, Marcelo Almeida de Carvalho. A Pesquisa Histórica em Administração: uma Proposta para Práticas de Pesquisa. *RAEP*, v. 20, n. 1, 2019.

<sup>2</sup> COSTA, Alessandra de Sá Mello da; BARROS, Denise Franca; MARTINS, Paulo Emílio Matos. Perspectiva histórica em administração: novos objetos, novos problemas, novas abordagens. *RAE*, v. 50, n. 3, jul./set. 2010, p. 289.

fronteiras de uma organização. Para Parker<sup>3</sup> e para este estudo, o objeto de análise passa a ser o *organizing* e não as organizações. Para entender como esses processos ocorrem, é necessário considerar que objetos, sentidos, significados, “realidades” e “verdades” são socialmente construídos e não existem *a priori* ou pré-discursivamente, e que o “organizar-se” está por toda parte<sup>4</sup>.

A pesquisa se justifica, em primeiro lugar, pelo envolvimento pessoal com o tema, nascido da relação próxima da pesquisadora com o universo da produção artesanal de cachaça em Minas Gerais. Desta relação emergiu o interesse acadêmico, expresso inicialmente na dissertação de mestrado, defendida em 2009, no Programa de Pós Graduação em Administração, da UFMG: *Narrativas de consumidores de cachaça e representação social: construção negociada de significados*. Já nesta experiência de pesquisa delineou-se o interesse pelo estudo da cultura e das representações culturais, pois observou-se que a partir da década de 1990 começou a se desenhar um contraste nos conteúdos associados à cachaça.

Novos adjetivos começam a ser conferidos a ela, como *gourmet*, *premium* e artesanal, ao mesmo tempo em que termos como regional e nacional ganharam novas roupagens. Arelado a estas inovações, novos públicos, novos mercados, investimentos de empresas produtoras e nova legislação, instigaram o interesse da pesquisadora em observar a atuação das organizações ligadas à produção da cachaça, no conturbado relacionamento dos seus sujeitos, face ao novo contexto.

---

<sup>3</sup> PARKER, Martin. Manufacturing bodies: flesh, organization, cyborgs. In: HASSARD, J.; HOLLIDAY, R.; WILLMOTT, H. (ed.). *Body and organization*. London: Sage Publications, 2000.

<sup>4</sup> Para saber mais consulte: CLARK, P.; Rowlinson, M. The Treatment of History in Organisation Studies: towards an ‘Historic Turn’? *Business History*, v. 46, n. 3, 2004; COOKE, Bill. Writing the left out of management theory: the historiography of the management of change. *Organization*, v.6, n.1 p. 81-105, 1999; DUREPOS, Gabrielle; MILLS, Albert. *Anti-history: theorizing the past, history, and historiography in management and organization studies*. Charlotte: Information Age, 2012; BUCHELI, Marcelo; WADHWANI, R. Daniel. *Organizations in Time: history, theory, methods*. Oxford: University Press, 2014; CORAIOLA, Diego M. FOSTER, Willian Milton; Suddaby, Roy. Varieties of History in Organization Studies. In: MCLAREN, Patricia Genoe; MILLS, Albert; WEATHERBEE, Terrance (ed.). *The Routledge Companion to Management & Organizational History*. New York: Routledge, 2015; BARROS, Amon; CARRIERI, Alexandre de Pádua Carrieri. O cotidiano e a história: construindo novos olhares na administração. *RAE*, v. 55, n. 2, mar-abr 2015; WANDERLEY, Sérgio; BARROS, Amon; COSTA, Alessandra de Sá Mello; CARRIERI, Alexandre de Pádua. Caminhos e percursos da história em administração: um chamado à reflexão sobre o tempo e a construção do presente. *FAROL Revista de Estudos Organizacionais*, v.3, n. 8, dezembro de 2016; MACLEAN, Mairi; HARVEY, Charles Edward; CLEGG, Stewart. Conceptualizing Historical Organization Studies. *Academy of Management Review*, v. 41, n. 4, 2016. MILLS, Albert; SUDDABY, Roy; FOSTER, Willian M.; DUREPOS, Gabrielle. Re-visiting the historic turn 10 years later: current debates in management and organizational history – an introduction. *Management & Organizational History*, v. 11, n.2, 2016; FOSTER, Willian Milton; CORAIOLA, Diego M., SUDDABY, Roy; KROEZEN, J.; Chandler, D.. The strategic use of historical narratives: a theoretical framework. *Business History*, v. 59, n. 8, 2017; WANDERLEY, Sérgio; BARROS, Amon. Decoloniality, geopolitics of knowledge and historic turn: towards a Latin American agenda. *Management & Organizational History*, 2018.

O momento de transição e controvérsia, demarcado na década de 1990, inspirou duas questões de pesquisa. Em princípio: quais as representações da cachaça atualmente e quais organizações fazem parte da construção das mesmas. A partir destas questões *o problema de pesquisa* se delineou como: quais ações destas organizações são elementos constituidores das representações sobre a cachaça? Diante da pesquisa (levantamento e análise), o *argumento de tese* se configurou inicialmente em como se deram os embates de representações, na perspectiva do *organizing*, travados especialmente nas controvérsias postas na contemporaneidade sobre a cachaça.

Com relação ao *referencial teórico*, a pesquisa adota referenciais pertinentes aos campos do conhecimento nos quais transita. Ao perguntar sobre as *representações*, a pesquisa adota uma ferramenta teórica pertinente à História Cultural. Destarte, os escritos que se seguem são um convite a ver a cachaça, a formação de seus significados e do ato de beber como um exemplo da diversidade, da ambiguidade e das pluralidades culturais, produzidas no mundo social, no processo mesmo de sua produção: da cachaça e das organizações que a produzem. Por este motivo, a História Cultural permite refletir sobre o enredo da construção negociada de significados, cheio de (re) arranjos, não lineares e inerentes ao consumo de cachaça.

Por destacar as múltiplas expressões de cultura como objeto de análise, a História Cultural compreende a cultura como expressão de vida social humana, constituída no tempo e no espaço. Isto se dá porque, conforme assevera Maria Clara Tomaz Machado<sup>5</sup>, a cultura é dinâmica e não se pode pensar em suas transformações como deterioração, pois trata-se de um *refazer contínuo de práticas e representações*. Isto posto, cabe ao pesquisador da cultura “[...] entender essas representações nos gestos, na linguagem, nas práticas cotidianas de trabalho, lazer e religiosidade”<sup>6</sup>, auscultando aquilo que, sabiamente, Michel de Certeau chamou de “invenção do cotidiano”<sup>7</sup>.

A perspectiva adotada por Machado vai ao encontro dos objetivos defendidos por Roger Chartier para a História Cultural. Para o autor, cabe a este campo de estudos “[...] identificar o modo como em diferentes lugares e momentos uma determinada realidade social é construída, pensada, dada a ler”<sup>8</sup>. Por consequência, a História Cultural é capaz de compreender as representações do mundo social: que o descrevem como pensam que ele é ou

<sup>5</sup> MACHADO, Maria Clara Tomaz. *Cultura Popular e desenvolvimento em Minas Gerais: caminhos cruzados de um mesmo tempo (1950-1985)*. 1998. Tese (Doutorado em História) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998.

<sup>6</sup> Id. *Ibid.*, p. 4.

<sup>7</sup> CERTEAU, Michel. *A cultura no plural*. São Paulo: Papirus, 1995.

<sup>8</sup> CHARTIER, Roger. *História cultural: entre práticas e representações*. 2 ed. Rio de Janeiro: Difel, 2002, p. 17.

como gostariam que ele fosse<sup>9</sup>.

Resultantes das interpretações que os grupos sociais fazem de si e do mundo, as representações são, conforme Chartier, determinadas pelos interesses dos grupos que as forjam. Enquanto tal, as representações possuem, sempre, duas possibilidades de sentido: tanto podem exibir uma “ausência”, que é substituída por uma imagem, capaz de reconstituir o objeto ausente na memória; quanto exibem uma “presença”, como a apresentação pública de algo ou de alguém<sup>10</sup>. Reportando-se a esta leitura, reiterada por Chartier no artigo *O mundo como representação*<sup>11</sup>, Ginzburg esclarece:

Por um lado, a “representação” faz as vezes da realidade representada e, portanto, evoca ausência; por outro, torna visível a realidade representada e, portanto, sugere presença. Mas a contraposição poderia ser facilmente: no primeiro caso, a representação é presente, ainda que como sucedâneo; no segundo, ela acaba remetendo, por contraste, à realidade ausente que pretende representar<sup>12</sup>.

Em ambos os casos, seja pela ausência, seja pela presença, as representações integram uma comunidade social de sentidos, culturalmente partilhados pelos indivíduos, localizados no tempo e no espaço. Em conformidade com esta linha de raciocínio, abandona-se a visão de cultura hierárquica e absoluta, adotando-se a leitura de Zygmunt Bauman de que “[...] uma cultura é, em primeiro lugar, uma comunidade espiritual, uma comunidade de significados compartilhados”<sup>13</sup>.

A representação não é neutra, pois resulta de uma constante batalha de significação. Dá-se cognitivamente, mediante a interpretação do sujeito que compartilha com o grupo o conhecimento cultural capaz de permitir à representação “se dar a ler”. Por outro lado, Chartier considera que a sua circunscrição, sua delimitação social e sua localização espaço-temporal permitem fazer da representação a “pedra angular” da História Cultural, uma vez que:

Mais do que o conceito de mentalidade, ela permite articular três modalidades da relação com o mundo social: em primeiro lugar, o trabalho de classificação e delimitação, que produz as configurações intelectuais múltiplas, através das quais a realidade é contraditoriamente construída pelos diferentes grupos; seguidamente, as práticas que visam fazer reconhecer uma

<sup>9</sup> Id., *Ibid.*, p. 19.

<sup>10</sup> Id., *Ibid.*, p. 20.

<sup>11</sup> CHARTIER, Roger. O mundo como representação. *Estudos Avançados* [online]. São Paulo, v. 5, n. 11, p. 173-191, jan./abr. 1991.

<sup>12</sup> GINZBURG, Carlo. Representação: a palavra, a ideia, a coisa. In: GINZBURG, Carlo. *Olhos de Madeira: nove reflexões sobre a distância*. São Paulo: Cia das Letras, 2001, p. 85.

<sup>13</sup> BAUMAN, Zigmunt. *Ensaio sobre o conceito de cultura*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2012, p. 116.

identidade social, exibir uma maneira própria de estar no mundo, significar simbolicamente um estatuto e uma posição; por fim, as formas institucionalizadas e objectivadas graças as quais uns “representantes” (instancias colectivas ou pessoas singulares) marcam de forma visível e perpetuada a existência do grupo, da classe ou da comunidade [sic]<sup>14</sup>.

Ao tomar a representação como produto social, ou seja, como uma instância produzida culturalmente pelas sociedades humanas, Chartier dialoga diretamente com as premissas apresentadas pelo sociólogo Pierre Bourdieu. Para este, as representações envolvem atos de apreciação, de conhecimento e reconhecimento e constituem um campo onde os agentes sociais investem seus interesses e sua bagagem cultural. Neste sentido, as representações sociais são influenciadas pelas ideias, valores, crenças e ideologias existentes em uma sociedade. Por sua vez, estas se expressam na linguagem, nas religiões e no chamado senso comum que compõem o *habitus* de cada agente, e também as concepções que circulam entre os participantes dos campos sociais, grupos profissionais e classes sociais.

Assim, as representações dos agentes variam segundo sua posição (e os interesses associados a ela) e segundo o seu *habitus* como sistema de esquemas de percepção e apreciação, como estruturas cognitivas e avaliatórias que eles adquirem através da experiência durável de uma posição no mundo social<sup>15</sup>.

A rigor, as sociedades apresentam “instâncias de representações”, as quais sintetizam as lutas sociais e, inclusive, os *jogos de poder*. Desta forma, “[...] a produção de ideias acerca do mundo social acha-se sempre subordinada de facto à lógica da conquista do poder, que é a da mobilização do maior número”<sup>16</sup>.

A abordagem de Bourdieu, da qual Chartier parte, acrescenta uma crítica importante: os interesses implícitos daqueles que produzem leituras, interpretações, discursos verbais ou imagéticos a partir da realidade. Neste particular, Pesavento observa que:

[...] as representações construídas sobre o mundo não só se colocam no lugar deste mundo, como fazem com que os homens percebam a realidade e pautem a sua existência. São matrizes geradoras de condutas e práticas sociais, dotadas de força integradora e coerciva, bem como explicativa do real<sup>17</sup>.

Em se tratando da cachaça, objeto de reflexão da presente pesquisa, o conceito de representação – tal qual é utilizado na História Cultural, em conformidade com a interpretação

<sup>14</sup> Id., *Ibid.*, p. 23.

<sup>15</sup> BOURDIEU, Pierre *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense, 2004, p. 158.

<sup>16</sup> Id. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil S. A., 1989, p. 175.

<sup>17</sup> PESAVENTO, Sandra Jatáhy. *História e história cultural*. 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004, p. 39, 42.

de Chartier – permite compreender que os elementos por meio dos quais a cachaça é “dada a ler”, são vestígios de práticas relacionadas a ela, impressas em amplo material documental: produção escrita, fotografias, músicas, testemunhos, pinturas, rótulos, “causos”, literatura, livros, catálogos, receitas, peças publicitárias, programas de TV. Evidenciadas pela pesquisa, as representações veiculadas por esta gama de registros, permitem explorar as expectativas simbólicas e os regimes imaginários que fazem parte de seu consumo.

Discutir essa dimensão propicia refletir acerca de como as organizações – amplo espectro no qual se incluem a indústria produtora, os órgãos governamentais e o próprio consumo de cachaça – criam o destilado como *alimento-signo*, que introduz no corpo biológico daquele que bebe um fragmento da *representação social* que lhe está agregada.

Por outro lado, quando a pesquisa pergunta sobre organizações dedicadas à cachaça, seu referencial está demarcado no campo da Administração. Perceba-se que o próprio questionamento acerca das representações da cachaça e suas pertencas nas organizações, pode ser oportunizado mediante as premissas de um campo de estudo interdisciplinar, nascido no âmbito da área da Administração de Empresas. Trata-se dos Estudos Organizacionais. A título de definição, os esclarecimentos de Michel Thiollent, em artigo publicado em 2014, apresentam uma visão desse campo de estudos, destacando-os em particular no Brasil:

[...] os Estudos Organizacionais constituem uma área de pesquisa sobre organizações, suas características culturais, econômicas, políticas e sociais e seus efeitos sobre os indivíduos e grupos que as compõem ou com que interagem. Tal área requer conhecimentos oriundos de várias disciplinas, ciências sociais e humanas teóricas e aplicadas, interfaces com filosofia, epistemologia, psicologia, ética, tecnologia, biologia, ecologia e outras, a serem articuladas de diferentes modos (inter ou transdisciplinar) e com *diversas ênfases temáticas* [Grifos nossos]<sup>18</sup>.

Os Estudos Organizacionais contemplam, assim, um campo de pesquisas dialógicas, que se movimentam entre diferentes disciplinas, com o objetivo de construir conhecimentos diferenciados sobre as *organizações*. Como se auto define a Sociedade Brasileira de Estudos Organizacionais, ela mesma uma organização nacional, que congrega pesquisadores do tema:

Sendo voltada a uma temática que se caracteriza por ser trans, inter e multidisciplinar, a Sociedade tem o objetivo de congrega pesquisadores dos diversos ramos da ciência, como Administração, Ciência Política, Direito, Economia, Psicologia, Serviço Social, Sociologia, entre outros, interessados

---

<sup>18</sup> THIOLENT, Michel. Estudos organizacionais: possível quadro referencial e interfaces. *Revista Brasileira de Estudos Organizacionais*, v. 1. n. 1, p. 17-29, jun. 2014.

em estudar as organizações em suas diversas formas e dimensões<sup>19</sup>.

Quanto ao conceito de “organização”, embora o termo de fato se estenda a empresas, é importante registrar que não se reduz a elas. Pelo contrário, engloba também “[...] instituições ou entidades públicas, políticas ou sociais, e pode ser estendido a outros tipos de vida social organizada”<sup>20</sup>. Por este motivo, os Estudos Organizacionais estimulam pesquisas que tomam por objeto as práticas organizativas enquanto “[...] conjuntos de ações, aplicações de princípios, exercício de poder e demais aspectos como controle, regulação, discriminações, identidade e *diferenciação cultural*, evolução, inovações, transformações e até destruição”<sup>21</sup>.

De acordo com esta leitura, a presente pesquisa se propõe a pensar a cachaça na perspectiva do *organizing*, ou seja: transitando no campo dos Estudos Organizacionais que se dedicam a refletir sobre o “organizar”. Esta leitura parte de uma abordagem processual, dentro da qual as organizações e os fenômenos organizacionais são compreendidos como *processos de organização* e não como entidades fixas, homogêneas e estáveis. Sendo assim, as análises representam esforços com vistas a entender “como as organizações acontecem”<sup>22</sup>.

Conforme asseveram Duarte e Alcadipani, a perspectiva de *organizing* permite compreender as organizações como “verbos” e não como “substantivos”, posto que:

[...] esse olhar oferece novas possibilidades para explorarmos e buscarmos compreender a produção da organização e não a organização da produção [...] pois, nela, a organização é vista como um resultado ou produto final e não como ponto de partida [...] pois se assume que “as organizações nunca explicaram nada; são as organizações que precisam ser explicadas”<sup>23</sup>.

A noção de *organizing* foi introduzida no campo dos Estudos Organizacionais em 1969, por Karl E. Weick, na primeira edição da obra *The Social Psychology of Organizing*. A proposta do autor parte do princípio de que o substantivo “organização” denota uma rigidez que não corresponde à forma de existir dessas entidades. Por isso as organizações seriam melhor compreendidas como *verbos*, os quais indicam ação e processo, correspondendo

<sup>19</sup> SBEO. Sociedade Brasileira de Estudos Organizacionais. *História*. 2019, n.p. Disponível em: <http://www.sbeo.org.br/web/index.php/sobre-a-sbeo/quem-somos-sbeo-2>. Acesso em 20 abr. 2019. A SBEO foi fundada em 2012. Além de organizar eventos acadêmicos em diferentes instituições do país, com o objetivo de socializar a produção intelectual da área, desde 2014 publica o periódico RBEO – Revista Brasileira de Estudos Organizacionais, cujo objetivo é “[...] contribuir para a disseminação do conhecimento no campo dos Estudos Organizacionais, estimulando o debate e a produção acadêmica inter e multidisciplinar, com vistas a um diálogo científico profícuo entre abordagens e autores de diversas áreas do conhecimento”. Id. Ibid.

<sup>20</sup> Id. Ibid.

<sup>21</sup> Id. Ibid.

<sup>22</sup> DUARTE, Márcia de Freitas; ALCADIPANI, Rafael. Contribuições do Organizar (Organizing) para os Estudos Organizacionais. In. ENCONTRO DA ANPAD [Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração], 37, 2013. *Anais [...]*. Rio de Janeiro: Anais do XXXVII ENANPAD, 2013. Disponível em: [http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2013\\_EnANPAD\\_EOR1568.pdf](http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2013_EnANPAD_EOR1568.pdf). Acesso em 20 abr. 2019.

<sup>23</sup> Id., Ibid.

inclusive a acontecimentos no tempo. *organizing*, portanto, ressalta a natureza processual da organização, no seu fazer-se contínuo<sup>24</sup>.

Sob essa perspectiva, Weick sugere que os Estudos Organizacionais enfoquem os processos e não as estruturas, atendo-se mais no *organizar* e não nas organizações. Nesta perspectiva, defende um retorno ao “organizar” como “[...] o estudo do que as pessoas fazem quando agem coletivamente a fim de se atingir algo”<sup>25</sup>.

A proposta de Weick é inovadora em seu tempo. De acordo com Duarte e Alcadipani, ele modifica a interpretação acerca das organizações, uma vez que os estudos à época tendiam a abstraí-las do seu contexto instável, complexo e heterogêneo, tratando-as como entidades concretas, homogêneas e relativamente estáveis. Da mesma forma, também tendiam a “naturalizá-las”, deixando de observar que não são “objetos naturais” e, sim, um “[...] fenômeno produzido em circunstâncias históricas, envolvendo relações de poder específicas”<sup>26</sup>. Assim, a proposição de Weick permitiu aos Estudos Organizacionais enfocarem conexões entre ações, o *organizing*, e não as unidades estabelecidas ou redes com componentes bem definidos, as organizações.

Dentro da presente pesquisa, entende-se por organizações ligadas à cachaça, o *organizing* que faz parte de um processo de produção cultural, por meio das representações que promove. Fala-se em representações sociais, a partir do aparato conceitual forjado no campo da História da Cultura, na perspectiva de Roger Chartier. Desta forma, entende-se o *organizing* como processo cultural, em alinhamento com a compreensão de cultura, já citada, de Maria Clara Tomaz Machado: um refazer contínuo de práticas e representações<sup>27</sup>.

Deste ponto de vista, portanto, o *organizing*, ou seja, o processo de organizar-se, se expressa concretamente em uma série de práticas em constante transformação, que podem ser observadas ao longo do tempo e que reforçam e promovem “determinada” representação. Dentre as práticas das organizações ligadas à cachaça, encontra-se a produção do destilado, processo no qual se inscrevem o plantio da cana, a moagem, a fermentação, a destilação, o armazenamento, o envelhecimento, o engarrafamento, a rotulação; a legislação sobre o produto, que define o “que é” cachaça, os parâmetros de sua produção e comercialização; a formação de profissionais do ramo, o que engloba desde o mestre alambiqueiro até os

<sup>24</sup> WEICK, Karl E. *The social psychology of organizing*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1979.

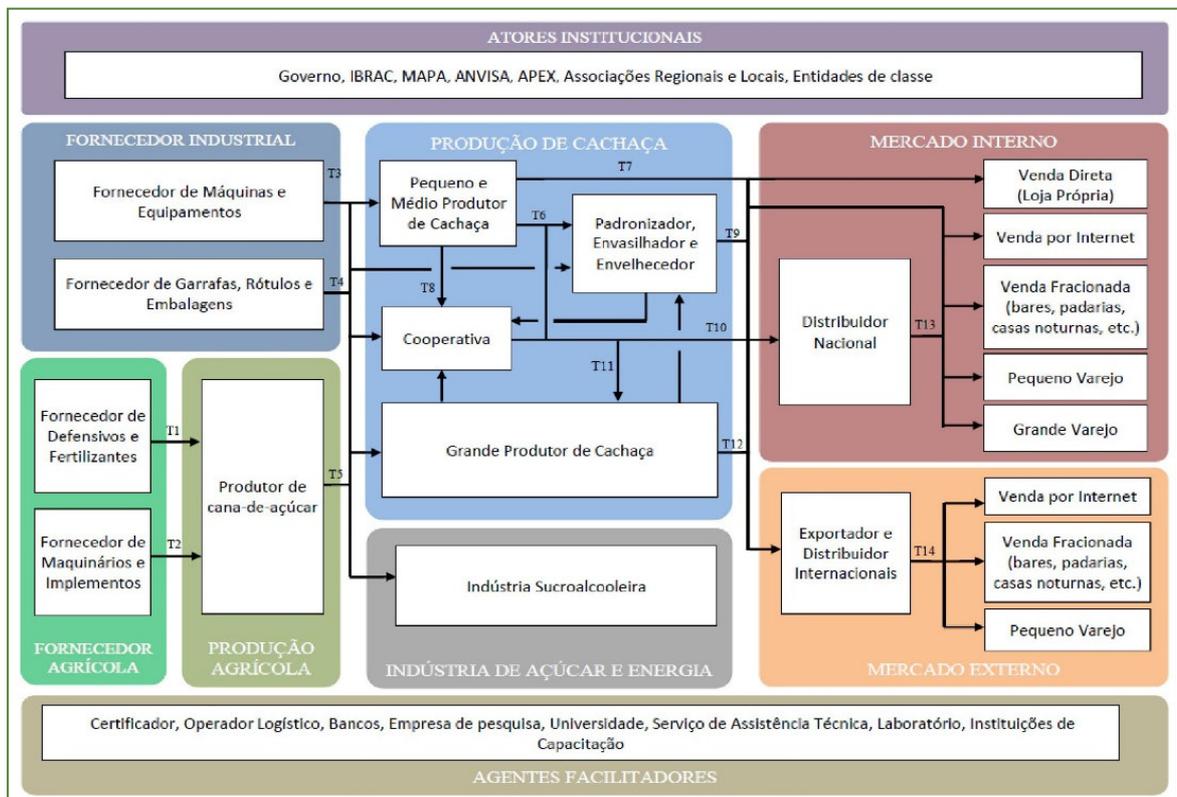
<sup>25</sup> DUARTE, Márcia de Freitas; ALCADIPANI, Rafael. Contribuições do Organizar (Organizing) para os Estudos Organizacionais. In. ENCONTRO DA ANPAD [Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração], 37, 2013. *Anais [...]*. Rio de Janeiro: Anais do XXXVII ENANPAD, 2013. Disponível em: [http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2013\\_EnANPAD\\_EOR1568.pdf](http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2013_EnANPAD_EOR1568.pdf). Acesso em 20 abr. 2019.

<sup>26</sup> Id. *Ibid.*

<sup>27</sup> MACHADO, *Ibid.*, 1998, p. 4.

especialistas na orientação dos consumidores, os *cachaciers*; a criação de novos espaços de consumo e de sociabilidades, como cachaçarias; e a divulgação que perpassa tanto por campanhas de marketing das marcas quanto pelos mercados livreiro e turístico, programas televisivos, mídias eletrônicas como *sites*, *blogs* e redes sociais (Facebook, Twitter, YouTube, etc.). Assim, ao visualizar uma cadeia produtiva do setor (como, por exemplo, a esquematizada no Gráfico 1) pode-se enxergar uma multiplicidade de padrões, que variam no espaço e no tempo, e vão sendo modelados culturalmente. As escolhas possíveis são mais diferentes que semelhantes.

GRÁFICO 1. Cadeia Produtiva da cachaça no Brasil



Fonte: Saes e Kolya (2014).

Argumenta-se que as organizações produzem representações que retroalimentam e são alimentadas pelo fazer e no fazer-se das práticas concretas do processo e estão imersas em um contexto maior. Como salienta Parker (2018, tradução nossa), “aspectos legais, tecnológicos e financeiros que formam o *organizing* devem ser pensados de modo a não separá-los de escolhas políticas e éticas. [...] Então, ideias sobre ‘mercados’, ‘eficiência’ e ‘produtividade’, ‘lucros’ e outras desse tipo, devem ser sempre entendidas como acordos sociais contingentes, não fenômenos naturais sujeitos a leis atemporais”<sup>28</sup>.

<sup>28</sup> “However, the legal, technological and financial issues which shape organizing must be taught in a way that does not separate them from political and ethical choices. [...] So, ideas about ‘markets’, ‘efficiency’,

A presente pesquisa identificou quatro representações que nascem no processo, perpassam-no, se embatem dentro dele e, ao mesmo tempo, são apropriadas e reelaboradas ao longo do processo, mediante “[...] conexões, desconexões e reconexões de várias ações coletivas em relação umas às outras”<sup>29</sup>. Elas dão a ler a cachaça como nacional, regional, artesanal e *gourmet*. No interior destas representações uma série de elementos é interconectada de modo a reafirmar a representação à qual se relacionam, “autorizando-a” e ou disseminando-a, o que pode ser observado no esquema do Gráfico 2.

GRÁFICO 2. Representações da Cachaça



Fonte: Elaborado pela autora, com dados da pesquisa (2019)

Na representação da cachaça como nacional, observa-se a correlação de elementos como autenticidade e legalidade; na cachaça regional, articulam-se elementos ligados à cultura popular e aos investimentos turísticos, notadamente em campanhas publicitárias de *place branding*; à cachaça artesanal, agregam-se elementos relacionados aos direitos culturais, ao patrimônio de cultura imaterial e, ainda, às “artes do fazer” – as artesanias; finalmente, na representação da cachaça *gourmet* se articulam elementos midiáticos, editoriais

‘productivity’, ‘profits’ and so on must always be understood as contingent social agreements, not naturally occurring phenomena which are subject to timeless laws.” PARKER, Martin. *Shut down the business schools- What’s Wrong with Management Education*. London: Pluto Press, 2018, p. 12.

<sup>29</sup> CZARNIAWSKA, Bárbara. Going back to go forward: on studying organizing in action nets. In: HERNES, T.; MAITLIS, S. (org.). *Process, sensemaking, & organizing: perspectives on process organization studies*. New York, NY: Oxford University Press, 2010, p. 143.

e relacionados aos espaços de consumo sofisticados e à formação de novos profissionais destinados a atender uma clientela refinada.

É importante ressaltar que embora as representações identificadas se embatem, isto não se dá mediante oposições simples e duais. As representações estão em diferentes oposições, mas, também, em diferentes interconexões. Tanto a cachaça *gourmet* pode ser apresentada como uma cachaça que se difere e se “opõe”, porque “outra”, mais refinada, à cachaça artesanal e/ou regional, quanto, da mesma forma, se apropria de elementos constituidores do que vem a ser a representação da cachaça artesanal e/ou da cachaça regional, para ser reafirmada como cachaça *gourmet*.

Considera-se, assim que não há uma hierarquia entre as representações; há controvérsia e completude, simultaneamente. Logo, a pergunta por aspectos e maneiras pelas quais representações, suas especificidades em determinado contexto social, se desdobram e entrecruzam em percepções e práticas organizacionais, e vice-versa; bem como, em que medida essas representações apontam para tensões e tendências presentes na sociedade circundante, constitui-se no fio condutor da presente tese.

Cabe ponderar, ainda, acerca da seguinte questão: considera-se que ao beber cachaça o consumidor está, implicitamente aceitando o significado de cachaça que determinada marca confere à bebida? Ou seja: ao consumir “cachaça mineira” partilha-se da mineiridade expressa por ela e valoriza-se essa tipicidade? Para estas questões a resposta é tanto positiva quanto negativa. Positivamente, compreende-se que existe todo um aparato cultural dentro do qual a representação específica da cachaça está sendo oferecida: ele é inteligível. Logo, ao se “beber - consumir”, dialoga-se com aquele aparato, fruindo dele. No entanto, fruir não significa, necessariamente, *aceitar*. Até porque, o ato de consumir é, antes de mais, uma escolha.

Como “obra pronta” – destilada, engarrafada, rotulada, embalada, exposta – a cachaça comporta representações e significados nada inocentes. Demonstra sentidos. Porém, não há sentidos acabados, pois a obra é um convite a experimentar sua própria criação. Enquanto obra, a cachaça impacta o espaço público porque possui inúmeros desdobramentos: para a rua, para a política, para as religiões. É como se criasse outras imagens “em torno” dela e, enquanto tal, remetesse a mais ideias, crenças e concepções de mundo que a ladeiam.

O mesmo ocorre no âmbito privado. Cachaças que tenham garrafas em plástico ou materiais similares, com rótulos simples e baratos, expressam significados diferentes daqueles expressos por cachaças com garrafas em vidro com design sofisticado, rótulos com fotos elaboradas e em cores, e etiquetas que indicam tempo de envelhecimento. Enquanto as primeiras se posicionam como marcas que em muito dialogam com a simplicidade e as

camadas populares, servindo ao consumo de quem tem baixo poder aquisitivo; esse outro grupo se aproxima mais das camadas abastadas, com posicionamento de mercado que faz referência à “degustação” e à “harmonização” com pratos finos.

Por outro lado, também é importante ressaltar que a *Organização* – ainda que entidade temporária e em constante fazer-se – igualmente se faz *na prática*. Cada expressão singular da vida de uma organização representa uma característica comum da mente objetiva que ela forma: missão, visão, planos e metas, ações, projetos. Seu nome, cada produto e serviço, sua estrutura hierárquica<sup>30</sup>, seus contratos de trabalho, seu histórico, tudo é inteligível porque as pessoas<sup>31</sup> que se expressam por meio deles e as que os compreendem, e, sobretudo, as que os consomem, possuem algo em comum: compartilham do produto cultural produzido pela organização. Este produto é tanto ela mesma, quanto a expressão material que é oferecida no mercado e, agregado a ambos, as *representações* vinculadas a eles.

A abordagem aqui exposta pressupõe o consumo como momento privilegiado de criações e reproduções simbólicas. Compreende-se que a interação de uma pessoa, ou um grupo, com um produto também é influenciado por apropriações e reelaborações, tanto em seus aspectos estéticos quanto representacionais.

Essa proposta parte da certeza de que a representação social dos bens é uma composição histórica, sobretudo no que tange à construção negociada de significados e seus (re) arranjos. Na maioria das vezes é capitaneada por organizações interessadas em sua produção, seja esta formal ou alternativa.

Os produtos ofertados ao mercado concretizam uma mediação social, posto criarem uma dimensão que representa mais que o “líquido em uma garrafa”. Eles se apresentam como um argumento, a partir das estratégias e artifícios utilizados. Artifícios de imagem e texto em rótulos, propagandas, espaços de comercialização, slogans, etc.

O produto apoia-se em representações sociais escolhidas do “bem cultural cachaça”, a fim de que seja acessível ao(s) público(s) escolhido (s). A *organização* ou *o grupo* apropria-se dos significados aos quais se filia, mas também os reelabora em conformidade com os seus interesses e com os jogos de poder envolvidos. Governos, produtores, comerciantes, profissionais, etc. movimentam-se num processo dinâmico que envolve valores sócio - culturais historicamente construídos, dos quais derivam e com os quais dialogam as

---

<sup>30</sup> E, concomitantemente, sua implícita aceitação de hierarquia, como prerrogativa; e de seu explícito entendimento da importância dela.

<sup>31</sup> Ou vários grupos de pessoas, no caso de grandes organizações.

representações associadas, pelas organizações, à cachaça. Logo, o destilado não é um elemento inerte e nem apartado da cultura material e imaterial da sociedade brasileira.

Neste aspecto, percebe-se que as representações sobre a cachaça derivam e são geradoras de práticas sociais, dotadas de força integradora, mas também coerciva e, ainda, explicativa do real<sup>32</sup>. No entanto, na interação social, essas representações são alvo de apropriações, resistências, interesses, trocas e motivações. Não por acaso, a cachaça integra um panteão de elementos ressignificados da cultura brasileira, inclusive com o objetivo de “homogeneizá-la”, pareando com a feijoada uma espécie de “denominador cultural comum”. Na esteira de obras como *Casa Grande e Senzala*, de Gilberto Freyre<sup>33</sup>, positiva-se a miscigenação como dado da “brasilidade” e, neste sentido, são trazidos para o grande banquete da “nação” que se procura fundar, elementos até então desprezados pela “alta cultura” branca das elites. Comidas e bebidas até então “de negros” e excluídos sociais, especialmente depois do Estado Novo, são reelaboradas como pratos genuinamente nacionais. Feijoada e *Cachaça*, que bem harmoniza com a primeira, tornam-se comida e *bebida* brasileiras, independentemente da pertença étnica, social ou geográfica<sup>34</sup>.

Diante do exposto, a presente pesquisa procura desvelar as representações da cachaça, construídas no processo de *organizing*, procurando elucidar os aspectos que interagem na sua construção. Da mesma forma, procura lançar luzes sobre os embates, oposições, apropriações e reelaborações que interconectam a cachaça *nacional*, a cachaça *regional*, a cachaça *artesanal* e a cachaça *gourmet*.

Do ponto de vista teórico, além das obras que fundamentam os conceitos já discutidos de representação e *organizing*, o estudo que ora se apresenta se beneficia também das potencialidades introduzidas pelos sentidos políticos, que forjaram a ideia de nação brasileira, abrindo diálogo com autores que escreveram sobre o Brasil e sua formação. Estes trabalhos apresentam dimensões do imaginário, dos usos e costumes da cachaça, constituindo-se como narrativas que elaboraram discursos, justificando ações e experiências<sup>35</sup>.

<sup>32</sup> PESAVENTO, Sandra Jatahy. *História e história cultural*. 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

<sup>33</sup> FREYRE, Gilberto. *Casa grande e senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal*. São Paulo: Global, 2006.

<sup>34</sup> SKIDMORE, T. *Preto no Branco: raça e nacionalidade no pensamento brasileiro*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

<sup>35</sup> Além do já citado trabalho de FREYRE, Ibid., dentre outros cita-se: CARVALHO, Hernani de. *No mundo maravilhoso do folclore*. Rio de Janeiro: [s.n.], 1966; CASCUDO, Luís da Câmara. *História da alimentação no Brasil*. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia; São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1983; CASCUDO, Luís da Câmara. *Prelúdio da Cachaça: etnografia, história e sociologia da aguardente no Brasil*. São Paulo: Global, 2006; CASCUDO, Luiz da Câmara. *Dicionário do Folclore Brasileiro* (Coleção dicionários especializados). Brasília: Instituto Nacional do Livro, 1972.

De igual maneira, o trabalho também dialoga com uma literatura que discute os elementos que definem a cachaça como “regional”, “artesanal” e “gourmet”, se beneficiando, pois, de estudos nas áreas de Geografia, Comunicação e Marketing.

Não obstante, por se tratar de um estudo interdisciplinar, observa-se que o conteúdo de diferentes áreas de conhecimento cria controvérsias a respeito da cachaça. Logo, não se trata de conteúdo unívoco e, sim, de um conjunto de muitas significações, que podem ser confundidas. Como exemplo, destaca-se que uma revisão temática sobre bebidas alcoólicas pode ser reveladora. Ao longo da pesquisa, juntamente com a já afamada relação casa/rua, discutida por Roberto da Matta<sup>36</sup>, que foi apontada por sua oposição público/privado, outras duas relações foram encontradas perpassando o consumo e as significações conferidas à cachaça: sagrado/profano e dever/lazer<sup>37</sup>.

Afora a perspectiva de oposições, Hasso Spode indica que o estudo de bebidas alcoólicas permite *alegorias de identidades*<sup>38</sup>. Por outro lado, os usos do álcool elucidam universos éticos, como os diferentes conceitos de liberdade, privacidade, autoridade, autocontrole ou gênero. Na linha proposta por Spode, Delma Pessanha Neves nos diz que:

A publicação de análises sobre as condições sociais de consumo de bebidas alcoólicas é de inalcançável ordem de grandeza no que diz respeito ao tempo e ao espaço social. Pela diversidade de temáticas, sociedades ou grupos sociais considerados, os autores que elaboram resenhas focalizam questões e domínios disciplinares específicos, em períodos geralmente balizados por décadas e línguas exclusivas<sup>39</sup>.

Por outro lado, ao pensar sobre a produção artesanal da cachaça, José Carlos Ribeiro retoma a conexão desta com a vida lúdica e a atividade econômica de cada região<sup>40</sup>. Para este autor, a recreação – o divertir-se – faz parte do estilo de vida da população com a qual a produção de cachaça se anela. Pela trilha aberta por Ribeiro observa-se que as tradições populares não raro remetem à exegese temática e poética dos bens culturais, dentro dos quais a cachaça tem o seu lugar.

---

<sup>36</sup> DA MATTA, Roberto. *A casa e a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

<sup>37</sup> CRUZ, Rafaela Costa. *Narrativas de consumidores de cachaça e representação social: construção negociada de significados*. 2009. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2009.

<sup>38</sup> SPODE, Hasso. What Does Alcohol History Mean and to What End Do We Study It? A Plea for Specialism. *Social History of Alcohol and Drugs*, n. 18, 2005.

<sup>39</sup> NEVES, Delma Pessanha. O Consumo de Bebidas Alcoólicas: Prescrições sociais. *BIB [Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais]*. São Paulo, n. 55, 1º sem. 2003, p. 73.

<sup>40</sup> RIBEIRO, José Carlos G M. *Fabricação Artesanal da Cachaça Mineira*. 2 ed. Campinas: Perform, 2002.

O autor defende, ainda, que as tradições migram no tempo e no espaço, no que ele chama de “natural plasticidade adaptativa”. Como exemplo, oferece contos e cantigas brasileiros, que herdaram enredos de histórias estrangeiras. Este processo de adaptação permite evidenciar acréscimos e desgastes da tradição, bem como as contingências que permitem acessar o imaginário social, as condições de vida e as filiações históricas *também da cachaça*.

Com relação à metodologia, a pesquisa utilizou uma ampla gama de documentos escritos e imagéticos. A coleta de dados foi feita na produção de folcloristas; na legislação nacional e do Estado de Minas Gerais; em documentos diversos de associações estaduais e federações; e em apontamentos do SEBRAE para o setor produtivo. Também foram objetos de apreciação programas televisivos, campanhas publicitárias, rótulos e fotografias. E, ainda, foram coletados e analisados relatos de experiência, nos anos de 2016 e 2017<sup>41</sup>.

A intenção foi seguir uma abordagem crítica com pesquisa qualitativa, que se mostrasse confortável em fronteiras disciplinares e capaz de subsidiar reflexões sobre a compreensão da vida das organizações como processo. A análise partiu do conhecimento prévio e vivência da pesquisadora com o tema cachaça. Nestes termos, considerou-se o conhecimento do processo produtivo da cachaça; do vocabulário utilizado pelos produtores, tais como rosário, oleosidade, *blend*, tonel, barril, alambique de cobre, serpentina, fermentação, cabeça, coração, cauda, alcoômetro, brix, fornalha, moenda; de eventos do setor; do trabalho da AMPAQ – Associação Mineira de Produtores de Aguardente de Qualidade; de cursos de análise sensorial e formas de degustar; e, ainda, de marcas, garrafas e preços.

Face ao conhecimento disposto acima, empreendeu-se uma pesquisa bibliográfica com vistas a subsidiar o trabalho, elegendo autores e títulos que permitissem refletir sobre cultura, representações e organizações relacionadas à produção de cachaça. Ressalte-se, porém, que no desenvolvimento da pesquisa outros temas e autores foram pesquisados, com o objetivo de subsidiar melhor o desdobramento das discussões. Dentre outros, buscou-se títulos que versassem sobre escravidão, região, indicações geográficas, *terroir*, território, gourmetização e que também fizessem menção à produção e ao consumo de cachaça ou, de maneira geral, às representações a que se ligava a cachaça nacional.

A exploração de documentos legais contemplou uma pesquisa de campo com observação e coleta de depoimentos com 11 pessoas, cujos nomes foram preservados e indicados na pesquisa como “sujeitos”. Quatro produtores e sete membros e lideranças de

---

<sup>41</sup> A listagem das fontes utilizadas encontra-se ao final do trabalho.

entidades representativas, quais sejam: dois produtores de cachaças mineiras registradas e dois produtores de cachaça sem registro legal (um com alambique desativado, que produziu até 2011 em zona rural; e outro, com alambique ativo em galpão dentro do mesmo terreno de sua residência em espaço urbano); diretor executivo do IBRAC – Instituto Brasileiro de Cachaça, à época; presidente da Câmara Setorial da Cachaça, órgão do Ministério da Agricultura, à época; proprietário de uma escola de avaliação sensorial e produção de cachaça, que foi membro do INDI – Instituto de Desenvolvimento Industrial de Minas Gerais, em 1980, quando foram iniciados diagnósticos de cadeia produtiva e programa de valorização da cachaça de Minas Gerais; secretário geral e presidente da ANPAQ – Associação Nacional dos Produtores e Integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique, à época; primeiro coordenador do Programa Mineiro Pró-Cachaça; e superintendente-executivo do Sindicato de Bebida de Minas Gerais (SindBebidas), à época.

A proposta feita foi de realizar uma conversa na qual os sujeitos falassem livremente, a partir do tópico “Sua trajetória profissional e seu envolvimento com organizações relacionadas à cachaça”, conforme indicações de Jovchelovich e Bauer para entrevista narrativa<sup>42</sup>. A ideia de que falassem com o mínimo de interferência foi de fazer emergir enredos singulares, com a linguagem própria de cada um. Ficou assim a cargo de cada pessoa dar dimensão cronológica e apontar fatos, datas e dados conforme sua própria lógica. Deixou-se a cargo dos sujeitos não só o que cada um ou cada organização dizia sobre si, mas o que dizia sobre os outros e sobre seu relacionamento, ou seja, a forma e o ponto principal sobre o qual estabeleciam seus diálogos. O recurso da narrativa coincide com a perspectiva de captar questões e minudências da movimentação dos grupos, no interior das organizações e também entre elas, que não são encontrados em documentos das próprias organizações ou na legislação.

A escuta, sob a prerrogativa da narratividade, foi possível mediante a escolha de um dos produtores como informante-chave, a quem coube explicar previamente à pesquisadora questões técnicas da produção da cachaça, de sua tributação e demais aspectos legais, que foram mencionadas pelos produtores e lideranças de entidades representativas. Coube à ele indicar a maioria das pessoas com as quais falar e fazer o primeiro contato com as mesmas. O critério de indicação foi o de serem sujeitos que compõem, ou compuseram, organizações que fazem parte do histórico da produção da cachaça em Minas Gerais, Estado pioneiro na

---

<sup>42</sup> JOVCHELOVICH Sandra; BAUER, MW. Entrevista Narrativa. In: BAUER MW; GASKELL G. (ed.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 90-113.

realização de programas e projetos ligados à bebida e na consolidação de uma associação de produtores.

O informante-chave também esteve presente em todos os dias de coleta de depoimentos dos sujeitos indicados. Excetuam-se as coletas com o produtor de cachaça não registrada com alambique ativo, com o qual o contato se deu por meio de uma visita agendada por uma pessoa próxima à pesquisadora; com o diretor executivo do IBRAC – Instituto Brasileiro de Cachaça; e com o presidente da Câmara Setorial da Cachaça, cujo contato foi feito pela própria pesquisadora, por e-mail.

Os depoimentos foram marcados em locais, dias e horários definidos pelos sujeitos. Para cumprir o imperativo ético, todos foram informados sobre o objetivo acadêmico de pesquisa, a justificativa da escolha deles como sujeitos e consultados quanto à possibilidade dos depoimentos serem gravados em áudio. Todos consentiram. Os depoimentos foram gravados em áudio para posterior transcrição. Além disso, assegurou-se aos depoentes que se tratava de pesquisa acadêmica e que seus dados seriam mantidos em sigilo.

O uso do informante partiu da suposição de que a inserção dele no “circuito” das organizações investigadas forneceria à pesquisadora compreensão mais profunda da construção histórica da realidade. Assume-se que existe uma vantagem mensurável inerente em ver as coisas a partir do interior e que a posição pode revelar significados que não são alcançáveis por um estranho aos grupos, o que era o caso da pesquisadora. Isso se mostrou importante porque em muitas partes do relato os sujeitos falavam diretamente ao informante, lembrando com ele o vivido, pedindo que lembrasse ou confirmasse alguma data e falando de coisas da vida pessoal (ex-cônjuges, idades dos filhos, dificuldades financeiras, questões entre irmãos, rixas pessoais com outros membros da organização, etc.). Assim, credita-se à presença do informante-chave nas escutas, a emergência do passado histórico das pessoas e das contradições das organizações, de forma livre, espontânea e a partir de suas próprias palavras.

Por outro lado, reconhecem-se os dilemas metodológicos enfrentados pela inclusão de informações e indicações de um informante-chave que é participante desse circuito (*player* de mercado) e membro de algumas das organizações investigadas, a saber, ANPAQ e SindBebidas. Sabe-se que o tratamento dos dados com a mediação do informante não é objetiva, a leitura subjetiva é realizada, e os não ditos (tom da voz, pausas, mudanças na

entonação, silêncio, risadas, sorrisos, piscadas, etc.) são expressões que compõem o relacionamento dos sujeitos entrevistados e do informante<sup>43</sup>.

Considerou-se que as narrativas combinam trajetórias profissionais a contextos sócio históricos, mas são, sobretudo, interpretações do mundo e, por conseguinte, desfavoráveis à comprovação e julgamentos como verdadeiras ou falsas. Considerou-se que cada sujeito articula explicações e causas e relaciona presente, passado e futuro, no momento da narração. Considerou-se, ainda, que a memória é seletiva sendo importante o que a pessoa registrou de sua história e das organizações a que faz referência, o que é real para ela.

Na prática, isso se fez emergir por não interromper, ou interromper ao mínimo, os sujeitos, expressando apenas encorajamento não verbal ou para linguístico para que continuassem a narração e esperando por sinais de finalização. Em grande medida, a pesquisadora não expressou opiniões ou questionou atitudes, decisões relatadas ou contradições, e fez apenas perguntas do tipo “O que aconteceu então?” ou “Como isso aconteceu?”<sup>44</sup>. Para além disso, respeitou-se quando os sujeitos não quiseram que certos trechos fossem gravados, quando balbuciaram nomes que não queriam que outras pessoas próximas escutassem ou só fizeram algumas menções a outras organizações depois que a gravação parou.

Também foram ouvidas duas pessoas que participaram de gestões governamentais pertinentes ao recorte da pesquisa e que trabalharam com a aprovação e implementação inicial do Plano Nacional de Cultura: um deputado federal e um membro do executivo federal no Ministério da Cultura. Eles puderam falar dos propósitos do Plano, do contexto em que foi gestado e de como ele fez parte de um momento importante de valorização da cultura, e da evidenciação de cerimônias/festividades e produtos locais, no Brasil.

Para analisar os depoimentos foi necessário afastar-se dos conceitos de “verdade” e “realidade”, propondo-se a decompor o discurso e identificar núcleos de sentido construídos pelos grupos organizacionais estudados, os quais constituíram as quatro representações que compõem o esquema apresentado.

A análise foi feita nos moldes apontados por Laurence Bardin<sup>45</sup>, sob a divisa da análise de conteúdo, vinculando um conjunto de significações de um emissor para um receptor e os apetrechos da mensagem por meio de três fases de leitura do material: pré

---

<sup>43</sup> LABAREE, Robert. The risk of going observationalist: negotiating the hidden dilemmas of being an insider participant observer. *Qualitative Research*, London, v. 2, n. 1, p. 97-122, 2002.

<sup>44</sup> Cf. BAUER, Martin W., GASKELL, George (ed.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes; 2002.

<sup>45</sup> BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.

análise, exploração do material e tratamento. Na primeira, foi feita a organização preliminar de todo o material coletado a partir de seus títulos ou tópicos mais evidentes. A segunda fase consistiu na leitura flutuante, uma leitura aberta e fluida para tomar contato com toda a matéria de cada texto. Na terceira etapa, procurou-se encontrar os temas que rondavam cada um dos núcleos encontrados. Nesta última fase, primeiramente, identificou-se uma série de núcleos iniciais dos significados da cachaça. Essa leitura foi feita em cada transcrição e cada documento. Terminada a leitura de todos os dados, isso foi feito novamente, um a um, uma vez que estavam mapeados todos os temas. A segunda leitura, ainda mais cuidadosa, foi feita passando um texto após o outro, até que se tivesse segurança da saturação dos temas e de que se havia capturado a maior profundidade possível para todos.

Não dispondo de uma amostra significativa, a busca por saturação se deu no sentido de compreender se entre as fontes de dados, inclusive os depoimentos, os temas e os núcleos de sentido se repetiam e não traziam novo conhecimento sobre as relações entre as organizações e seus grupos. Com o propósito de encontrar a saturação, usando como perspectiva o que elaboraram Bertaux e Berteaux-Wiame<sup>46</sup>, buscou-se confirmar que as relações citadas acima eram referidas por membros de diferentes grupos e que as menções transpareciam as mesmas adesões a cada representação (uma ou mais) e refletiam os mesmos embates.

Para o aprofundamento da análise, foi feita ainda uma releitura das anotações de campo compiladas durante coleta de depoimentos e observações em feiras de cachaça e visitas a alambiques. Depois, foi o momento de ouvir os áudios, atentando-se a entonações e pausas, e visualizar as fotos. O objetivo desta etapa foi estabelecer uma base firme dos temas que circundavam esses núcleos de sentido (representações). Uma das vantagens de assim fazer foi o envolvimento de perto com as palavras e ideias reais dos depoentes. Ideias e representações vêm dos sujeitos e dos grupos. Isso permitiu usar trechos das falas para desenvolver a análise emergente. Os extratos analisados mostraram incertezas e contradições, que serviram para definir que os embates eram centrais na construção das representações.

Ao se deparar com os sujeitos e grupos e como eles elegiam representações e como agiam, ficou claro à pesquisadora o que Parker menciona ao propor que se estude *organizing* e não as entidades organizacionais posto que “[...] seres humanos se organizaram em uma

---

<sup>46</sup> BERTAUX, Daniel; BERTAUX-WIAME, Isabelle. Mistérios da Baguete – Padarias Artesanais na França: como vivem e por que sobrevivem. São Paulo: *Novos Estudos CEBRAP*, n. 19, v. 3, dez. 1987. Os autores observaram saturação nas entrevistas com padeiros e com aprendizes, uma vez que os mesmos resultados se repetiam quanto à rotina do trabalho, sua dureza, e sobre os constrangimentos psicológicos do ofício. Eles salientam que o processo de saturação do conhecimento significa que se obteve representatividade dos aspectos mais relevantes.

grande variedade de padrões. Esses padrões variam no espaço e no tempo, sendo moldados culturalmente, politicamente, espiritualmente e assim por diante”<sup>47</sup>.

Durante as etapas de leitura, foram anotados os pensamentos analíticos que ocorriam, mesmo que incompletos, pois permitiam encontrar as conexões e instigar leituras complementares. Para apontar as representações que aparecem no esquema apresentado, reduziu-se o *corpus* das falas dos sujeitos gradativamente, operando condensações de sentido. Ou seja, na primeira etapa foi feita a transcrição, depois foi feita a eleição de grandes temas presentes e, por último, apontou-se as palavras-chave que aparecem listadas e relacionadas à cada representação. Isto feito, ao longo da análise, apontou-se os enquadres quanto às referências das situações narradas, a partir das “pistas de contextualização” que os sujeitos deram. Essas pistas são do contexto local, nacional e internacional, além daqueles de natureza organizacional (institucional). Especialmente quanto aos contextos nacional e internacional, detectaram-se pistas a respeito do porque os anos de 1990 aparecem como marco de mudança ou de início da controvérsia a respeito dos significados da cachaça. Também indicaram porque naquele momento começaram a aparecer o que se chamou de embates de representações.

O procedimento acima foi importante porque a natureza qualitativa da pesquisa permitiu que dados não planejados compusessem o *corpus*. Isto se deu, especificamente, em relação à questão da cultura e seu conceito e como foram tratados de maneira formal no país, a partir do Plano Nacional de Cultura e dos direitos culturais. Ressalte-se que, em princípio, o planejamento da pesquisa focava organizações e pessoas envolvidas diretamente com a produção de cachaça. Porém, o próprio Plano, as questões de patrimônio imaterial (pontualmente os registros de modos de fazer e cultura popular) que ganharam espaço e valorização na década de 1990, bem como os depoimentos de figuras públicas envolvidas em sua composição, ganharam espaço no trabalho. Também ficou evidente que não só seria importante considerar organizações brasileiras como parte do embate de representações, mas também parte da documentação internacional de direitos humanos e acordos bi e multilaterais entre Brasil e outro(s) país(es), envolvendo a bebida. Isso em vista, sobretudo, dos critérios de relevância e sincronidade dos materiais<sup>48</sup>. A relevância como o grau de importância e convergência

---

<sup>47</sup> PARKER, Martin. *Shut down the business schools- What's Wrong with Management Education*. London: Pluto Press, 2018, p. 10.

<sup>48</sup> BAUER, Martin W.; AARTS, Bas. A construção do *corpus*: um princípio para a coleta de dados qualitativos. In: BAUER, Martin W; GASKELL, George. (ed.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Tradução: Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2002.

do material aos propósitos da pesquisa; e a sincronicidade que considera a intersecção histórica dos materiais.

No plano internacional, foram pistas importantes documentos oficiais da Unesco e de organizações internacionais que tratam do patrimônio cultural e, ainda, conversas informais com uma pesquisadora na área de direitos humanos, que presta serviços elaborando pareceres e relatórios acerca de políticas de relacionamento entre países<sup>49</sup>. Já em âmbito nacional, destacam-se documentos e entrevistas com sujeitos ligados ao governo e que indicaram uma proposta de atuação governamental, quanto aos direitos culturais e a valorização da cultura popular. Neste sentido sobressaem-se a elaboração e aprovação do Plano Nacional de Cultura e a criação do Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais – SNIIC<sup>50</sup>.

Também foram importantes as reflexões postas por Francisco Humberto Cunha Filho acerca dos direitos culturais no ordenamento jurídico brasileiro, para quem as expressões culturais devem ficar a cargo da sociedade e dos indivíduos, “[...] por serem elas, quando exercidas livremente, indicativos dos sentimentos da sociedade e de seus membros para com o *modus vivendi* adotado, quer seja numa postura crítica ou de defensora da manutenção do *status quo*”<sup>51</sup>.

É importante registrar que o tempo e a disponibilidade das pessoas em dar depoimentos foram os maiores limitantes da pesquisa. No caso do tempo, ressalte-se tanto a busca pela saturação de temas relacionados aos núcleos de sentido que compuseram as representações, quanto o cronograma estreito para análise de dados ser incluída. Outra limitação importante que foi preciso estar ciente, foi a realização da análise dos dados apenas

---

<sup>49</sup> Na ocasião do doutorado sanduíche, a pesquisadora teve a oportunidade de conversar a respeito da valorização da cultura com uma analista independente de organizações internacionais. Ela apontou que o movimento de evidenciação de aspectos culturais locais e “típicos” está relacionado à construção e à conquista dos direitos humanos e culturais. Sendo assim, indicou atentar-se às obrigações do Brasil como signatário da Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948) e do Pacto Internacional de Direitos Econômicos, Sociais e Culturais (1966). Especialmente, os direitos culturais estão indicados no artigo 27 da Declaração e no artigo 15 do Pacto. Eles aparecem também, expressamente, no artigo 215 da Constituição Federal brasileira (1988) “O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais”. Sendo assim, ficou marcado em anotações assistemáticas dessa conversa e estudos dos itens apontados, que políticas culturais e o próprio direito cultural no que diz respeito a comidas e bebidas consideradas nacionais e/ou regionais é um tema que ainda demanda pesquisa e discussão e, por isso, coloca-se como agenda de pesquisa. Isso não foi alvo de argumentação e análise da presente pesquisa, no entanto, o capítulo 2 menciona a discussão do patrimônio cultural imaterial no âmbito internacional e a valorização da cultura popular no âmbito nacional como elementos de contexto para a maior visibilidade da cachaça.

<sup>50</sup> Ver: VARELLA, Guilherme. *Plano Nacional de Cultura - direitos e políticas culturais no Brasil*. São Paulo: Azougue, 2014.

<sup>51</sup> CUNHA FILHO, Francisco Humberto. *Direitos culturais como direitos fundamentais no ordenamento jurídico brasileiro*. Brasília, DF: Brasília Jurídica, 2000, p. 50.

pela entrevistadora, sem dupla checagem e sem que os elementos fossem disponibilizados aos entrevistados para que estes confirmassem ou não o seu significado.

Finalmente, cabe lembrar que, por ser um estudo com análise qualitativa, os dados coletados permitem uma diversidade de perspectivas, sobretudo, ao partir da fala livre e longa dos sujeitos e do esforço em descobrir pontos de vista sobre os fatos. Sendo assim, olhar o *corpus* sugere olhar um “porão de dados”, que a cada leitura apresenta novos elementos. Cada vez que se coloca uma luz diferente, novos pontos se evidenciam. Portanto, a opção por não analisar tudo foi uma escolha por manter o escopo de pesquisa focado e é também uma limitação da pesquisadora por partir de um julgamento sobre quais aspectos de suas descobertas foram mais relevantes para abordar sua questão de pesquisa.

Do ponto de vista cronológico, pelo fato da pesquisa transitar “entre mundos”, optou-se por não fixar-se uma periodização rígida. Entende-se, como dito anteriormente, que o *organizing* é um processo, um fazer-se *cultural* e, como tal, se dá ao longo de diferentes tempos, espaços e narrativas. Buscar, assim, o processo de “construção” organizacional da cachaça, perpassa o passado e o presente, numa “intensidade de agoras” que, concomitantemente, também engendra o futuro. Por isso, a pesquisa foi em busca das construções ambíguas e plurais que constituem as representações da cachaça a partir de 1990. Esse corte cronológico se dá pelo entendimento que foi o período em que houve mudança no predomínio de uma avaliação negativa, tanto estética quanto política e econômica da cachaça, enquanto produto, e que suas pertenças foram alteradas.

Os resultados da proposta foram expostos em quatro capítulos. O primeiro capítulo, *O percurso da cachaça no Brasil: de bebida vulgar a símbolo nacional* apresenta um breve percurso histórico da cachaça, destacando neste o processo que levou à sua representação como bebida vulgar, ligada aos escravos, às camadas populares e aos “baixos instintos” e, posteriormente, à sua positivação. Assim, se antes era considerada uma bebida vulgar, chega ao século XXI reelaborada como bebida genuinamente *nacional* e passível de ser consumida pelas camadas mais abastadas do mercado. Nesta nova condição, a cachaça “positivada” recebe novas representações, as quais serão discutidas nos capítulos subsequentes.

No segundo capítulo, *Cachaça Nacional e Cachaça Regional*, explora-se elementos utilizados no *organizing* para autorizar e reafirmar as representações da cachaça “nacional” e da cachaça “regional”. No primeiro caso destaca-se a musealização do objeto cachaça e a sua exposição em organizações museais que apontam a bebida como “autenticamente nacional”. Além deste aspecto discutem-se as formas pelas quais os sujeitos integrantes do *organizing* definem a autenticidade da cachaça nacional. No que diz respeito à cachaça regional, reflete-

se acerca das prerrogativas postas pelo mercado globalizado dentro do qual, num aparente paradoxo, os consumidores buscam por produtos diferenciados, agregados com valores “tradicionais” *típicos* de determinadas “regiões” e “localidades”.

O terceiro capítulo, *Cachaça Artesanal e Cachaça Gourmet*, busca refletir sobre as duas outras representações identificadas no *organizing* da cachaça. Para tanto, procura identificar os elementos que, do ponto de vista da produção, diferenciam a cachaça artesanal da cachaça industrial, bem como a interpretação que se faz delas dentro dos setores produtivos.

A partir destas considerações, discutem-se os elementos que conformam a representação da cachaça como artesanal, destacando-se os aspectos relacionados ao “saber fazer”, que integram o patrimônio imaterial de cultura; e, ainda, ao *território* que, ao definir a artesanaria de determinada *região* ou *localidade*, transversaliza a representação da cachaça artesanal também como regional. O capítulo se encerra discutindo o movimento de gourmetização, ou seja, a construção de nova representação da cachaça, agora como produto refinado.

Neste processo destacam-se os investimentos midiáticos ligados ao mercado editorial e a programas de televisão como “Masterchef” e “Bendida Marvada”, bem como a criação de espaços diferenciados de consumo e a promoção de novos profissionais. Por fim, o capítulo também destaca a “transversalidade” da representação que “gourmetiza” a cachaça artesanal.

O quarto e último capítulo, intitulado *A cachaça mineira: construção e ressignificação*, aborda a cachaça produzida no estado de Minas Gerais como exemplo das interconexões, que perpassam as diferentes representações da cachaça no processo de *organizing*. Assim, discute-se como a cachaça mineira transversaliza a representação da cachaça como regional, buscando na “tipicidade” mineira a demarcação da sua especificidade e da sua inserção no mercado.

O capítulo se encerra discutindo como o processo, liderado por uma organização representativa, a AMPAQ – Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade –, é modificado, na medida em que a própria organização se transforma em ANPAQ – Associação Nacional dos Produtores e Integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique.

A título de *Considerações Finais*, conclui-se a presente tese refletindo-se acerca das diferentes interações, interconexões, embates, sobreposições e reelaborações que perpassam as diferentes representações da cachaça no processo de *organizing*<sup>52</sup>.

---

<sup>52</sup> Do ponto de vista técnico o trabalho adotou a normalização prevista pelo *Guia para Normalização de Publicações Técnico Científicas da UFU*, publicado em 2013 e indicado pelo Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal de Uberlândia; e, especificamente para referências, a atualização normativa, publicada em novembro de 2018 pela ABNT, da NBR 6023. Veja: FUCHS, Angela Maria Silva; FRANÇA, Maira Nani; PINHEIRO, Maria Salete de Freitas. *Guia para normalização de publicações técnico – científicas*. Uberlândia: EDUFU, 2013; ASSOCIAÇÃO Brasileira de Normas Técnicas. ABNT: NBR 6023 [Informação e documentação – referências – elaboração]. Rio de Janeiro: ABNT, 2018.



FIGURA B. Cachaça servida em copo. Fonte: Indicação Geográfica (2017).

## CAPÍTULO 1. O PERCURSO DA CACHAÇA NO BRASIL: DE BEBIDA VULGAR A SÍMBOLO NACIONAL

O presente capítulo tem por intenção apresentar um breve percurso histórico da cachaça, destacando o processo que levou à sua representação como bebida vulgar, ligada aos escravos, às camadas populares e aos “baixos instintos” e, posteriormente, a sua positivação. Destaca alguns instrumentos, inclusive normativos, que alteram a representação da bebida reelaborando-a, em meados do século XX como bebida genuinamente *nacional*, passível de ser consumida pelas camadas mais abastadas do mercado.

### 1.1. Bebida de excluídos e renegados sociais

A cachaça é uma aguardente derivada da cana de açúcar e sua produção se articula, intrinsecamente, à história econômica e cultural do Brasil.

O chamado ciclo do açúcar é um dos primeiros ciclos econômicos do país, notadamente durante o período de colonização português. É corrente a ideia de que a produção açucareira na colônia tinha por objetivo concorrer com o açúcar produzido pelos holandeses na América Central e, ainda, com o açúcar de beterraba produzido na Europa. Todavia, Nardy e outros consideram que o cultivo de cana-de-açúcar no Brasil, e a consequente produção açucareira, se deveu muito mais ao embate comercial de Portugal com o Oriente Médio. Este último era detentor do monopólio da produção do açúcar, inclusive com braço escravo, em Chipre, Creta e norte da África:

Para romper com o monopólio da produção de açúcar exercido pelo Oriente Médio, os portugueses encontraram no Brasil Colônia uma alternativa para ingressarem definitivamente nesse mercado e estimularem seu crescimento econômico. O clima tropical e as boas condições do solo pareciam ideais para o cultivo da cana-de-açúcar, planta originária do Pacífico Sul e da Índia [...] <sup>53</sup>

A cana-de-açúcar, conhecida cientificamente como *Saccharum officinarum*, é a matéria-prima da *sacarose*, o açúcar comum. Sua produção se estabeleceu no Brasil em meados do século XVI, entre 1530 e 1540 em “[...] “engenhos pequenos, sendo a maioria do tipo trapiche, movidos por cavalos ou bois e, alguns usavam força hidráulica”<sup>54</sup>.

---

<sup>53</sup> NARDY, Flávio Correia et al. A cana de açúcar no Brasil sob um olhar químico e histórico: uma abordagem interdisciplinar. *Química Nova na Escola*. v. 35, n. 1, fev. 2013, p. 4. Disponível em: <[http://qnesc.sbq.org.br/online/qnesc35\\_1/02-PIBID-38-12.pdf](http://qnesc.sbq.org.br/online/qnesc35_1/02-PIBID-38-12.pdf)> Acesso em 15 jan. 2019.

<sup>54</sup> SCHWARTZ, Stuart B. *Segredos internos: engenhos e escravos na sociedade colonial*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988, p. 36.

Como se sabe, a produção açucareira no Brasil se baseou, inicialmente, no sistema de *plantation*, ou seja: monocultura, em grandes propriedades, com mão de obra escrava. Entretanto, embora os negros escravizados tenham sido a mão de obra fundante, esta produção contou também com trabalhadores especializados e remunerados, contratados para supervisionar todas as etapas do processo de organização produtiva do açúcar: da plantação ao refino<sup>55</sup>.

Processo delicado e exigente de etapas específicas, não originava apenas o açúcar. A partir do caldo de cana obtinha-se também o *etanol*, através do processo de fermentação alcoólica. A cachaça é, assim, um destilado do mosto fermentado da cana-de-açúcar. A descrição de sua produção aparece pela primeira vez em 1711, na obra *Cultura e opulência do Brasil*, do Frei André João Antonil. Neste trabalho, o autor registrou em detalhes o processo de fabricação da cana de açúcar e seus derivados, nos engenhos do Brasil colonial.

Guindando-se o sumo da cana (que chamam caldo) para o prol da guinda, daí vai por uma bica a entrar na casa dos cobres; e o primeiro lugar em que cai é a caldeira, que chamam do meio, para nela ferver e começar a botar fora a imundícia com que vem da moenda. O fogo faz neste tempo o seu ofício, e o caldo bota fora a primeira escuma, a que chamam cachaça, e esta, por ser imundíssima, vai pelas bordas das caldeiras bem ladrilhadas fora da casa, por um cano enterrado, que a recebe por uma bica de pau, metida dentro do ladrilho que está ao redor da caldeira, e vai caindo pelo dito cano em um grande cocho de pau e serve para bestas, cabras, ovelhas e porcos; e em algumas partes também os bois a lambem, porque tudo que é doce, ainda que imundo, deleita.[...] Finalmente, tanto que o mestre do açúcar julgar que a meladura está limpa, o caldeiro, com uma pomba, bota o caldo, a que já chamam mel, no prol grande, que chamam prol do melado, e está fora do fogo, mas junto à mesma caldeira, donde o coam para outro parol mais pequeno, que chamam parol de coar, com panos coadores estendidos sobre uma grade. E, para que não caia alguma parte dele na passagem de um parol para outro, e se perca, botam-lhe uma telha, de forma de purgar, que, com o seu arco e volta abarca aos beiços de ambos os paróis por onde corre o caldo que cai no passar da pomba e vai dar em um ou em outro parol, e, desta sorte, nem uma só pinga se perde daquele doce licor, que bastante suor, sangue e lágrimas custa para se juntar [sic, grifos nossos]<sup>56</sup>.

O livro do Frei teria triste fim: advertida do risco de se divulgar informações tão detalhadas sobre as drogas e as minas da sua principal Colônia, a Coroa Portuguesa proibiu a

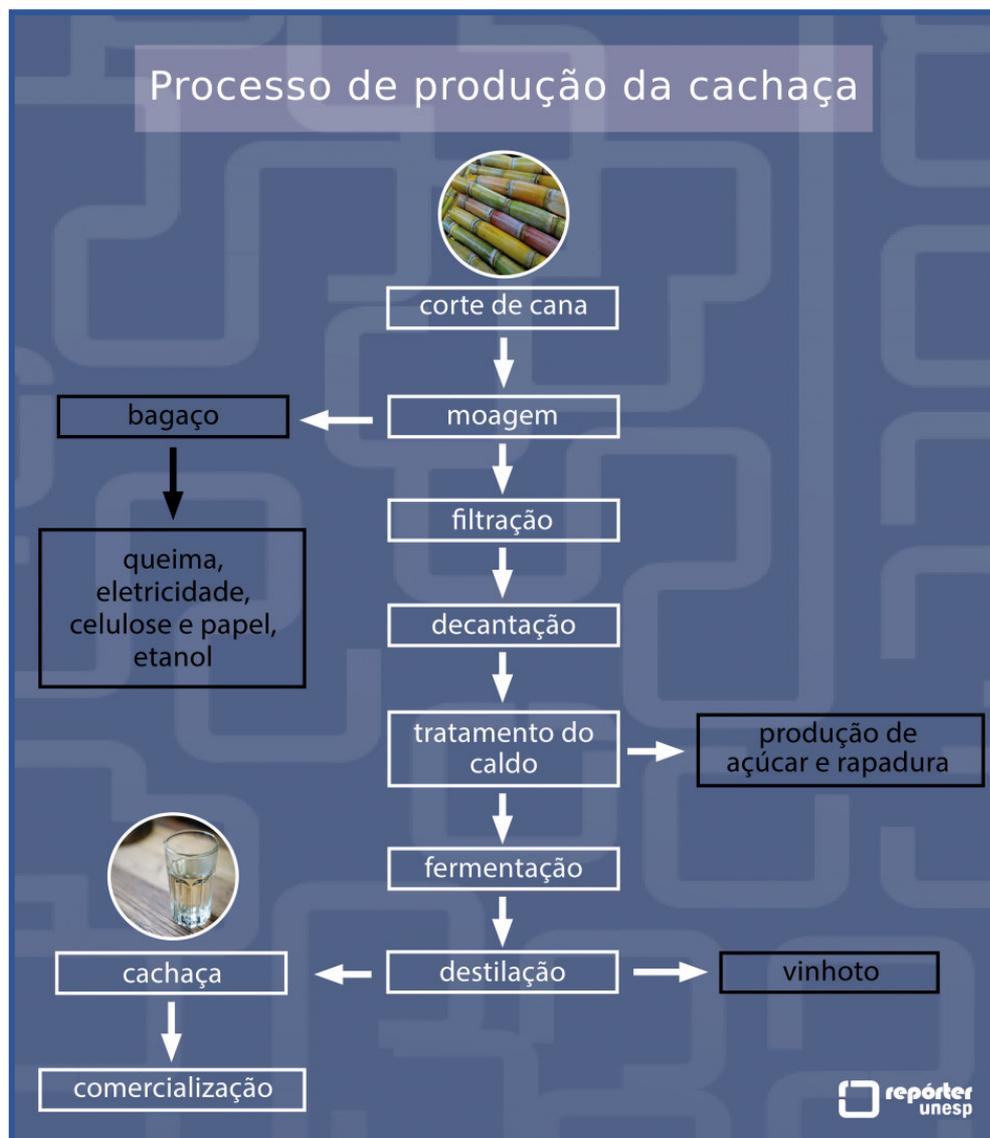
<sup>55</sup> Id., Ibid. Ver também: DECCA, Edgar Salvatori de. *O nascimento das fábricas*. 17. ed. São Paulo: Brasiliense, 2012.

<sup>56</sup> ANTONIL, André João. *Cultura e opulência do Brasil*. 3. ed. Belo Horizonte: Itatiaia/ São Paulo: Edusp, 1982, p. 120-121.

obra e confiscou seus exemplares. Os poucos que restaram, tornaram-se raridades bibliográficas. Essencial para a compreensão da vida social e econômica do Brasil colônia, só viria à luz em 1837, quando foi integralmente reeditado, no Rio de Janeiro<sup>57</sup>.

A obra de Antonil é fundamental para que os pesquisadores possam observar, dentre outros registros, a feitura do açúcar e da cachaça no século XVIII. Em verdade, porém, as etapas contemporâneas de produção descritas pelo Frei permaneceram praticamente as mesmas, conforme se observa no Gráfico 3, a seguir.

GRÁFICO 3. Etapas de produção da cachaça.



<sup>57</sup> TAUNAY, Affonso D'Escragnolle. Antonil e sua obra – estudo bibliográfico por Affonso D'Escragnolle Taunay [São Paulo, 15 de junho de 1922]. In: ANTONIL, A. J. *Cultura e opulência do Brasil por suas drogas e minas*. São Paulo: Itatiaia, 1982.

Ressalve-se que, ainda que se possa esquematizar um fluxograma como esse, com etapas de produção, elas variam em múltiplas instâncias, sobretudo na forma de fazer; e existem diferentes organizações, cujas presunções sobre hierarquia, equipe, e limites também diferem. O modo de organizar-se difere, e considerar essas diferenças, as inúmeras possibilidades para combinar os processos funcionais e os comportamentos em cada organização, é uma premissa no estudo do *organizing*. Importam a maneira de pensar da organização e o seu histórico. A tomada de decisão se relaciona às ações anteriores e sua adequação é variável. A comunicação e a operação dependem de toda rede de pessoas interligadas à organização e, não apenas ou exclusivamente, dos gestores e da maneira de dirigir. Para além dos esquemas que podem ajudar na visualização das etapas de produção, o foco é a análise organizacional que envolve construção, interação social.

De acordo com Câmara Cascudo, a referência mais antiga da aguardente de cana no Brasil foi feita em 1610, por Pyard de Laval, que esteve na Bahia, naquele ano<sup>58</sup>. Diante do dado, em conformidade com Leila Mezan Algranti, é pertinente supor, portanto, que a expansão do hábito de ingerir a cachaça “[...] vincule-se ao desenvolvimento da agroindústria açucareira na América portuguesa a partir desse período [o século XVII]<sup>59</sup>.”

A produção de cachaça no Brasil é bastante longeva. É contemporânea ao próprio tráfico de escravos, trazidos da África ao Brasil mediante o escambo, inclusive, com cachaça.

A origem da bebida, porém, é controversa. Também Algranti observa que a cachaça não era uma “desconhecida” na Europa, pois já havia sido referenciada por Marco Polo, no século XV, como “vinho da cana-de-açúcar”<sup>60</sup>. Da mesma forma, também o processo de destilação do álcool não era novidade para os europeus, descrito já no século XIII no *Roman de la rose*, novela de Guillaume de Lorris, de 1236. Além disso, a própria etimologia das palavras *álcool* e *alambique*, de origem árabe, sugere que “[...] os conhecimentos técnicos devem ter chegado à Península Ibérica juntamente com o açúcar e com os doces feitos de açúcar, tão difundidos em Portugal e Espanha, os quais também foram introduzidos pelos mouros”<sup>61</sup>.

A trajetória cultural e econômica descritas acima é, com efeito, mais pertinente para explicar como a origem da cachaça no âmbito do senso comum cedeu lugar para todo um

<sup>58</sup> CASCUDO, Luís da Câmara. *História da alimentação no Brasil*. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia; São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1983, p. 415.

<sup>59</sup> ALGRANTI, Leila Mezan. Aguardente de cana e outras aguardentes: por uma história da produção e do consumo de licores na América portuguesa. In: VENÂNCIO, Renato Pinto; CARNEIRO, Henrique (org.). *Álcool e drogas na história do Brasil*. São Paulo: Alameda | Belo Horizonte: Autêntica, p. 73.

<sup>60</sup> Id. *Ibid.*, p. 73.

<sup>61</sup> Id. *Ibid.*, p. 73.

imaginário social construído acerca da bebida. Este seria disseminado através dos textos de folcloristas, como Luís da Câmara Cascudo, Mário Souto Maior, José Calasans, Joaquim Ribeiro e Antônio de Oliveira Mello, como é o caso, por exemplo, da “Estória da cachaça”. A narrativa foi coletada por Alfredo Brandão, em 1935, no estado de Alagoas e replicada por Souto Maior em 1970:

Diz que “Nosso Senhor Jesus Cristo corria uma vez por estrada, fugindo dos judeus. Morria de fome e de sede, debaixo de um *solão* enorme. Já não aguentava mais de cansaço quando avistou um canavial. Então escondeu-se entre as suas fôlhas, refrescou do calor, descansou, chupou uns gomos e matou a fome. Ao retirar-se, estendeu as mãos sôbre as canas e as abençoou, prometendo que delas o homem haveria de tirar comida boa e doce. [...] No outro dia, à mesma hora, o diabo saiu das fornalhas do inferno, com os chifres e o rabo queimados, galopando pela estrada foi dar no mesmo canavial. Vendo o verde das canas entendeu de refrescar e espojar-se nas fôlhas. As canas, porém, atiraram-lhe pêlos, começando êle a coçar-se. [...] Furioso, cortou um gomo e começou a chupar; mas o caldo estava azêdo, e caindo-lhe no gôto queimou-lhe as goelas. O diabo então danou-se e prometeu que da cana o homem haveria de tirar uma bebida tão ardente como as caldeiras do inferno. [...] E é por isso que a cana dá o açúcar, por causa da bênção de Nosso Senhor, e a cachaça, por causa da maldição do diabo” [sic]<sup>62</sup>.

Também se deve aos folcloristas a disseminação de todo um repertório de anedotas que retroalimentaram o imaginário popular com piadas e “causos” de bêbados, atualizados, recontados, reelaborados e reinventados ao longo do tempo. Neste particular, personagens cômicos que expressam a figura do “bêbado”, são recorrentes. Como exemplo, cita-se a figura de “João Cana Brava”, interpretado pelo humorista Tom Cavalcanti e, ainda, o “Mussum”, personagem clássico do humorista e músico Antônio Carlos Bernardes Gomes. Integrante da trupe “Os Trapalhões”, animou por quase duas décadas o programa de televisão homônimo, veiculado pela Rede Globo nos anos de 1970 e 1980. Um dos poucos artistas negros da TV do período, fez sucesso com um personagem cuja principal característica era o consumo constante de bebidas alcólicas, em especial a *cachaça*.

No campo do anedotário, abundam frases e citações que emprestam ludicidade à cachaça, retroalimentando sua interpretação cômica. Em breve pesquisa no buscador do Google, dentre centenas de frases lê-se: *Se a pessoa me oferecer cachaça, a amizade*

---

<sup>62</sup> SOUTO MAIOR, Mário. *Cachaça*. Coleção Canavieira, n. 3. Rio de Janeiro: Instituto do Açúcar e do Alcool, 1970, p. 15.

*acaba...de começar; O senhor bebe álcool? "Só quando acaba a cachaça"; Deus me dê paciência, porque se me der pinga, eu bebo!*<sup>63</sup>

Além das frases, um rico manancial de “causos” é repassado oralmente em bares e encontros. Em Serra do Salitre, MG, por exemplo, é corrente a anedota de um bêbado que, ao ver ao longe sinais de fumaça, provavelmente na cidade vizinha, Rio Paranaíba, bradou pelas ruas: “*Que queimem o mundo, mas salvem os canaviais!*”. Já na presente pesquisa, registrou-se uma narrativa, na qual um produtor de cachaça artesanal, reportando-se ao “causo oficial de bêbado” da cidade de Nova União, contou que: “[...] na missa falam que é absurdo pessoal que bebe álcool. Bêbado levanta e diz que é mesmo, com tanta cachaça boa que o Walter dá!”<sup>64</sup>

A despeito do anedotário reinventado, ou disseminado pelos folcloristas, a história demonstra que a cachaça ocupou um lugar fundamental no processo de escravização dos negros. Tanto serviria como moeda de troca no tráfico, quanto para a alimentação e controle dos escravos. Neste sentido, Câmara Cascudo garante que:

O tráfico da escravaria impôs a valorização incessante [da cachaça]. Aguardente da terra, a futura cachaça, era indispensável para a compra do negro africano e ao lado do tabaco em rolo, uma verdadeira moeda de extensa circulação. Além de ser jubilosamente recebida pelo vendedor na costa d’África, figurava necessariamente como alimento complementar na trágica dieta das travessias do Atlântico. O escravo devia, forçosamente, ingerir, todos os dias, doses de aguardente, para esquecer, aturdir-se, resistir. Soldados e marinheiros através do oceano serviam álcool. Era um preventivo<sup>65</sup>.

A cachaça também foi fundamental na alimentação dos escravos, na colônia: o mosto, também chamado de “garapa azeda” ou “cagaça”, passou a ser servido aos escravos para eliminar a sensação de fome. Este aspecto é discutido por Antonil ao descrever a adoção do mosto da dieta alimentar dos negros:

A espuma, também, desta segunda caldeira vai ao prol da espuma, e daí torna para a primeira ou segunda caldeira, até o fim da tarefa, e desta espuma tomam os negros para fazerem sua garapa, que é a bebida de que mais gostam e com que resgatam de outros seus parceiros farinha, bananas, aipins e feijões, *guardando-a em potes até perder a doçura e azedar-se, porque então dizem que está em seu ponto para beber, oxalá com medida e não até se emborracharem*. À derradeira espuma da última meladura, que é a última

<sup>63</sup> Disponível em: <https://www.osvigaristas.com.br/frases/cachaca/pagina2.html>. Acesso em 31 mar. 2019.

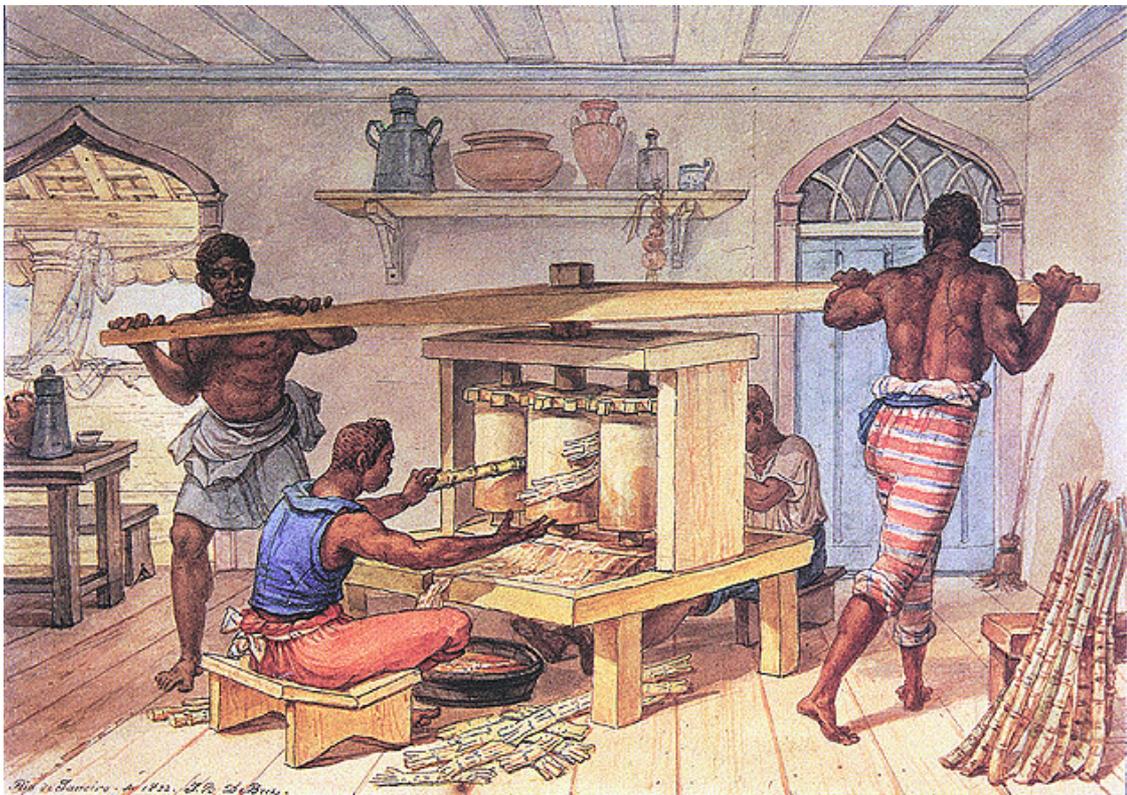
<sup>64</sup> SUJEITO 1. [Produtor e fundador da AMPAQ]. *Registro de conversa*. [Registro cedido a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital. Nova União, 12 de março de 2017.

<sup>65</sup> CASCUDO, Luís da Câmara. *Prelúdio da Cachaça: etnografia, história e sociologia da aguardente no Brasil*. São Paulo: Global, 2006, p. 24.

purificação do caldo, chamam claros, e estes, misturados com água fria, são uma regalada bebida, para refrescar e tirar a sede nas horas em que faz maior calma [sic, grifos nossos]<sup>66</sup>.

Como se vê, além de ajuntar-se à alimentação, nos registros do Frei Antonil observa-se um primeiro formato de produção da cachaça, quando o mosto era guardado em “potes” para perder a doçura e, segundo os escravos, “estar em seu ponto de beber” até se emborracharem, ou seja: se *embriagarem*.

FIGURA 1. Engenho manual que faz caldo de cana. Debret, 1822.



Fonte: Enciclopédia Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras (2019).

Como bebida alcoólica, foi utilizada como válvula de escape para suportar o cotidiano violento das relações escravagistas, mas também como instrumento de controle social. Neste sentido, “[...] na década de 1820, Carlos Augusto Taunay recomendava aos senhores, no “Manual do Agricultor Brasileiro”, distribuir cachaça aos escravos após o jantar, com finalidades evasivas e terapêuticas”<sup>67</sup>. A cachaça também amenizava o cotidiano dos homens livres, conforme destaca Floriana Rosa da Silva:

Depois de fermentada, exercia a função de válvula de escape para se suportar o sistema de trabalho e as péssimas condições de vida que se impunha aos

<sup>66</sup> ANTONIL, Op. cit., 1982, p. 120-121.

<sup>67</sup> CRUZ, Op. cit., 2009, p. 53.

sujeitos escravizados. Da mesma forma, também fazia parte do cotidiano dos homens livres e pobres que embora “livres” submetiam-se à dinâmica da sociedade escravocrata<sup>68</sup>.

Fato era que a cachaça *embriagava* ou, como já o dissera o Frei Antonil, *emborrachava*. Dessarte, se por um lado a embriaguez permitia que o sujeito evadisse de sua realidade, tornando-o mais passivo, por outro excitava os conflitos sociais, estando no cerne de várias desordens que se registravam cotidianamente na colônia. Talvez por isso, tenha sido utilizada para desqualificar as próprias revoltas sociais, integrando o vocabulário das autoridades metropolitanas quando se referiam aos conflitos populares:

Não raro, no Novo e no Velho Mundo, autoridades ameaçadas pelos protestos populares apodariam os rebeldes com uma linguagem comum da embriaguez. A suspeita de consumo descontrolado de álcool serviu para sublinhar o desordenamento na conduta política dos súditos. O vocabulário pretendia nitidamente desqualificar o direito à resistência e a relevância das muitas reclamações que conduziam à conflagração, associando-as à intemperança com a bebida preferida dos moradores mais humildes da colônia, escravos, homens livres e pobres. A referência à cachaça se converte em mecanismo para estigmatizar e reprovar socialmente grupos populares que entram na cena política colonial<sup>69</sup>.

No período da mineração, o consumo da bebida aumentou tanto que colocou em risco o comércio dos vinhos portugueses. A cachaça acabou sendo proscrita, sob a alegação de que prejudicava a retirada do ouro das minas, em decorrência da desordem e dos acidentes nas lavras. Portugal discriminou e condenou o consumo de cachaça, esmerando-se em disciplinar a sociedade colonial e temendo a rebeldia dos escravos. Isso se evidenciou nos 124 anos de proibição legal da produção, comércio e consumo da cachaça, entre 1653 a 1759<sup>70</sup>.

Neste processo, a cachaça terminou por ser relacionada às camadas mais baixas da pirâmide social. Retirando-se dela o seu componente histórico e suas ligações com a violência e a escravidão, a bebida foi insistentemente representada como bebida de negros. Derivado disso, todo um imaginário foi expresso num vasto anedotário, ditos populares e representações cômicas como, por exemplo, o já citado personagem “Mussum”, interpretado

<sup>68</sup> SILVA, Floriana Rosa da. *A cachaça nos rituais afro-brasileiros: cantos, crenças e curas*. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2018, p. 30.

<sup>69</sup> FIGUEIREDO, Luciano Raposo de Almeida. A linguagem da embriaguez: cachaça e álcool no vocabulário político das rebeliões na América portuguesa. *Revista de História*, São Paulo [online], n. 176, a03416. Epub 09, 2017. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revhistoria/article/view/114859/122726>. Acesso em: 16 abr. 2019.

<sup>70</sup> Cf. ZEMELLA, Mafalda. *O abastecimento da capitania das Minas Gerais no século XVIII*. Boletim n. 118, FFCL da Universidade de São Paulo, 1951.

pelo humorista Antônio Carlos Bernardes Gomes. Todavia, este mesmo imaginário também se expressou nos rótulos de cachaça, como se observa nos exemplos a seguir.

A compreensão dos rótulos de cachaça perpassa pela leitura de códigos que organizam significados, conforme proposto por Martine Joly<sup>71</sup>. Neste sentido, observa-se que os rótulos são uma mensagem visual constituída por três mensagens encadeadas: plástica, icônica e linguística. Do ponto de vista plástico, a mensagem envolve a composição, as formas, as cores e a textura da imagem. Do ponto de vista icônico, manipula signos que podem ser distinguidos culturalmente, de acordo com a semelhança visual com o que representam. Por fim, do ponto de vista linguístico, correspondem à linguagem verbal: são os textos que podem acompanhar a imagem e que, muitas vezes, desempenham a função de ancorar o significado da imagem<sup>72</sup>.

FIGURAS 2. Rótulos de cachaça: bebida de negros.



Fonte: Site da cachaça (2015).

Nos rótulos acima, apresentados pela Figura 2, a mensagem visual correlaciona claramente a cachaça ao negro. No primeiro caso, a cachaça faz alusão ao que seria um “típico” nome negro: Benedito. Relacionado à iconoclastia católica, reporta-se à São Benedito, protetor dos negros e escravos. Assim, a cachaça apresentada é a “do Dito”, diminutivo de Benedito, e enquanto tal é uma pertença cultural, sendo consumida por ele. O negro de olhos parados, visivelmente embriagado e em meio a um canavial, segura um copo

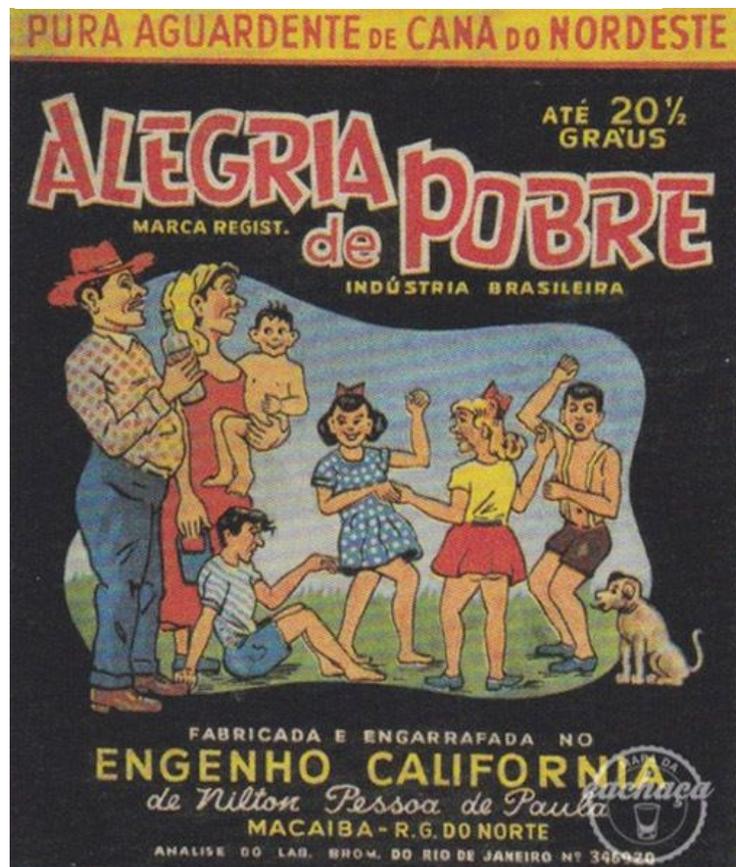
<sup>71</sup> JOLY, Martine. *Introdução à Análise da Imagem*. Campinas, SP: Papirus, 1994.

<sup>72</sup> Id. Ibid.

da “Especial aguardente de cana”: a *Pinguinha do Dito*. Sobre um fundo amarelo, a litogravura<sup>73</sup> representa um jovem negro de pele escurecida, vestido de vermelho: a cor que, em conjunto com o preto, costuma ser associada às feitiçarias e mandingas.

O recurso se repete no rótulo da “Aguardente Creoula”. A negra sorridente e de lábios vermelhos, enverga uma vestimenta igualmente vermelha. Todavia, ao contrário do “Dito” que foi paramentado com uma “camisa social”, sugerindo a embriaguez fora do ambiente de trabalho, a “creola” é claramente uma serviçal. Avental e lenço nos cabelos, são os signos utilizados pelo rótulo, cuja mensagem reafirma o estereótipo da negra cozinheira, afeita a uma “cachacinha” e às artes das mandingas.

FIGURA 3. Rótulo de cachaça: bebida de pobres.



Fonte: Site da cachaça (2015).

<sup>73</sup> A litogravura foi introduzida no Brasil no início do século XIX, com a chegada da família real portuguesa no Rio de Janeiro. A técnica permitia a reprodução de desenhos em larga escala através da impressão do papel em pedra porosa. Em meados do século XX o uso da litografia para impressão de rótulos foi ultrapassado pela técnica mais acurada do *offset*. No entanto, entre 1950 e 1990, apesar da baixa qualidade da impressão, a litografia continuou sendo utilizada para a feitura de rótulos com “menor tiragem e importância”, dentre os quais figuravam os rótulos de cachaça. Cf. WITIKOSKI, Alan Ricardo et al. As representações das trabalhadoras rurais nos rótulos litográficos de cachaça do Paraná (anos 1930–1950). In: SIMPÓSIO NACIONAL DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E SOCIEDADE, 6, 2015, Rio de Janeiro. *Anais* [...]. Rio de Janeiro, Esocit.BR/Tecsoc, 2015, n.p.

Movimentação semelhante se dá com a figura do *pobre*. Também aqui, apela-se para um estereótipo, construído a partir do preconceito social. Como exemplo, a Figura 3, apresenta o rótulo da aguardente “Alegria de pobre”. A mensagem veiculada é a de que a cachaça anima, “traz alegria”, porque provoca a dança e o contentamento. No entanto, na composição plástica da imagem, a mensagem veiculada se assenta sobre uma narrativa visual que expressa uma crítica aos costumes, apresentados como “próprios” das camadas pauperizadas.

A “história” que o rótulo representa, mostra um casal pobre, genitor de uma prole enorme, provavelmente concebida sem planejamento familiar, pelo uso constante e inconsequente da cachaça. Além dos quatro filhos já crescidos, a mulher ainda traz um bebê nos braços. Aparentemente, o casal está chegando em casa, pois marido e mulher são desenhados com roupas de passeio – esta última inclusive com uma bolsa de mão, e encontram os quatro filhos mais velhos completamente embriagados. Enquanto três estão dançando, o quarto já está caído no chão. Até o cachorro da família parece alcoolizado. A resposta do enigma está nas mãos do pai, que segura a garrafa vazia enquanto ele e a mãe são surpreendidos pela cena.

FIGURAS 4. Rótulos de cachaça: sexo e mulher.



Fonte: Site da cachaça (2015).

Se a referência ao sexo está subentendida no rótulo da figura 3, por outro lado são recorrentes as correlações entre a cachaça e os “baixos instintos” sexuais. Existe uma série de rótulos que celebram de forma explícita esta relação, inclusive trazendo para o campo dos significados elementos referentes ao gênero feminino, como os rótulos das figuras 4.

Não raro de forma depreciativa, a cachaça representada pelos rótulos traz forte conteúdo sexual, tanto através dos trocadilhos das mensagens de texto, quanto através das imagens utilizadas para a mensagem visual, sobretudo no que tange à figura feminina. Assim, dentre a cornucópia de nomes e rótulos, encontram-se: a “Cachaça Nabunda”, “Buceta Lavada”, “Peladinha”, “Esquentá Xereca”, etc....

Os rótulos de cachaça muitas vezes se apoiam no anedotário popular, engrossando o caldo cultural de depreciação da bebida e do seu consumidor. Este último, como subtema do vasto *roll* de narrativas jocosas do Brasil, ainda é comumente representado como *bêbado*, *pinguço* ou *cachaceiro*.

De fato, as representações acerca do “bebedor de cachaça”, são cambiantes. Conforme lembra Verena Alberti, a compreensão do que se fez ou se disse risível ao longo do tempo muda, vem das permutações constantes entre o que é controlado, burlador, negado, tido como alegre ou jocosos, ritualístico, espetacularizado, familiar, grosseiro, e/ou permitidamente sarcástico<sup>74</sup>. No entanto, as referências à embriaguez, caricaturam os fatos e sujeitos que bebem cachaça, assinalando diferenças de classes sociais e sentenciando juízos de valor. Em geral, associam o consumidor de cachaça ao sujeito pobre e sem modos, refletindo uma visão elitista e pejorativa do outro e da sua cultura.

Esta perspectiva, aliás, permeia o universo do “folclore” registrado pelos folcloristas. Vai neste sentido, por exemplo, a obra de Hernani de Carvalho, para quem o folclorista é aquele que coleta e descreve o folclore, como parte de uma obrigação erudita, de *expor o que é popular* aos homens civilizados<sup>75</sup>. Além disso, considera o folclore como próprio do pobre e do mundo rural. É o “mágico” ao qual que recorre o sujeito “menos civilizado”, a quem não é acessível a verdade da ciência, sendo possível distinguir entre civilizados e não civilizados. A narrativa de Carvalho aproxima-se do entretenimento, da distração, como se zombasse da ingenuidade daqueles que acreditam nas “estórias”, diferentes da história.

<sup>74</sup> ALBERTI, Verena. *O riso e o risível na história do pensamento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar; Ed. FGV, 1999.

<sup>75</sup> CARVALHO, Hernani de. *No mundo maravilhoso do folclore*. Rio de Janeiro: [s.n.], 1966.

De um modo geral, o trato folclorista dado à cachaça reaparece nos dicionários históricos e enciclopédicos. Em levantamento realizado para a presente pesquisa<sup>76</sup>, constatou-se a existência de significados, exemplos, locuções populares e eufemismos muito parecidos. Ressalte-se que embora os dicionários consultados entendam por cachaça a aguardente obtida pela fermentação e conseqüente destilação da garapa, ou do caldo de cana-de-açúcar, são recorrentes explicações vindas do folclore e do uso diário da cachaça, além de adágios, locuções populares ligados a ela e seu uso culinário e/ou religioso.

Aparecem ainda referências à paixão, gosto ou inclinação dominante, bêbado e vício. Foram encontrados também alusões de que a cachaça: faz parte das compras costumeiras do roceiro; é “bebida de pobre no Brasil”; resolve males físicos e morais; “antigamente” era *bebida de negro*, mas brancos a bebem colocando nomes diferentes para a bebida e para a embriaguez; é utilizada em rituais de feitiçaria, “despachos”, “banhos-de-descarga” e por médiuns em estado de transe; compara-se com a mulher, como duas tentações; e que intelectual a bebe para obter inspiração.

Também se registra nos dicionários inúmeros nomes e sinônimos dados à cachaça. Estes, por sua vez, são pinçados do vasto imaginário social que significa a bebida em inusitadas operações culturais, definindo a cachaça como alimento, remédio, diversão e martírio. Dentre outros, apenas para ilustrar alguns, encontram-se: branquinha, marvada, mata-bixo, coberta-de-pobre, água-que-passarinho-não-bebe, abre-bondade, abre-coração, bagaceira, gengibirra, danada, não-sei-quê, dose, abre, gororoba, remédio, retrós, cem-virtudes, cachorro-de-engenheiro, limpa, choro, elixir, engasga-gato, azuladinha, homeopatia, legume, águas de setembro, desmancha samba, mamãe sacode, perigosa.

---

<sup>76</sup> Uma síntese do levantamento pode ser consultada no apêndice deste trabalho. Os dicionários consultados foram: ABRIL CULTURAL. *Pequeno Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa Ilustrado*. São Paulo: Abril Cultural, 1973; ACAYABA, Marlene Milan; ZERON, Carlos Alberto (org.). *Equipamentos, usos e costumes da casa brasileira – Alimentação*. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2000; ALMEIDA, Antônio Rocha. *Dicionário de História do Brasil* (Enciclopédia do Curso Secundário). Porto Alegre: Globo, 1969; BANDECCHI, Brasil; ARROYO, Leonardo; ROSA, Ubiratan; [Organização geral: Departamento Editorial das Edições Melhoramentos]. *Novo dicionário de história do Brasil: ilustrado*. São Paulo: Melhoramentos, 1971; BOTELHO, Angela Viana; REIS, Liana Maria. *Dicionário Histórico do Brasil – Colônia e Império*. Belo Horizonte: Autêntica, 2002; CASCUDO, Luiz da Câmara. *Dicionário do Folclore Brasileiro* (Coleção dicionários especializados). Brasília: Instituto Nacional do Livro, 1972; FLORENZANO, Éverton. *Moderno Dicionário de bolso de História do Brasil – com 90 ilustrações originalíssimas*. Ilustrações de Edmundo Rodrigues. Rio de Janeiro: Tecnoprint (Edições de ouro. Coroa de ouro), 1964; FORMAR. *Novo Dicionário Enciclopédico Ilustrado*. São Paulo: Formar, 1973; HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro Salles. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009; MELHORAMENTOS. *Novo Dicionário Brasileiro Melhoramentos Ilustrado*. Rio de Janeiro: Bloch, 1976; SOUTO MAIOR, Mário. *Alimentação e folclore*. Rio de Janeiro: Funarte / Instituto Nacional do Folclore, 1998; SOUTO MAIOR, Mário. *Cachaça*. Coleção Canavieira, nº 3. Rio de Janeiro: Instituto do Açúcar e do Alcool, 1970; VAINFAS, Ronaldo. *Dicionário do Brasil Colonial (1500-1808)*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

Por outro lado, a historiografia brasileira registra um amplo leque de estudos sobre o consumo da cachaça. Nestes estudos, observa-se que cachaça, como produto, se beneficiou das potencialidades introduzidas pelos sentidos políticos, os quais forjaram a ideia de nação brasileira. Por este motivo é pertinente dialogar com autores que escreveram sobre o Brasil e sua formação, uma vez que o registro da história política, feito em muitos dos escritos sobre o país, apresenta dimensões daquele imaginário.

Importa lembrar, porém, que ao se colocar a cachaça em destaque não se intenta um inventário de obras dedicadas aos regimes alimentares, nos quais se incluem as formas de armazenamento de alimentos e de intercâmbio entre grupos sociais e profissionais. Antes, procura-se pela exploração das expectativas simbólicas em relação à cachaça e as construções simbólicas que podem estar associadas a ela. Conforme observa Gilberto Freyre, comida e bebida integram o modo de vida global das pessoas. Logo, “[...] todo produto que seja base de um complexo sociocultural de vida e de convivência humana é suscetível de servir de objeto de uma sociologia especializada no seu estudo [sic]”<sup>77</sup>.

Neste sentido, Câmara Cascudo, Henrique Carneiro e Joana de Moraes Monteleone, destacam a importância da sociabilidade relacionada a comidas e bebidas na construção histórica do Brasil<sup>78</sup>. No caso de Cascudo, o autor salienta as contribuições dos componentes africano, indígena e português para a gênese da dieta brasileira típica na época colonial.

Para estudar a história da alimentação no Brasil, Cascudo se apoiou em uma ampla rede de informações de memória: conversas com pessoas próximas, sobre suas recordações com comidas e bebidas; notas de leitura sobre comida e bebida; anotações de observações ao longo de 20 anos. Mas, também, *livros de contas de engenhos*. Destes últimos apreciou as despesas com víveres e elementos cotidianos da cozinha, copa e sala. Da descrição desse material aparecem pistas das dietas praticadas por brasileiros sadios e doentes, comida trivial e de solenidades, alimentação de escravos, presença de hóspedes e viajantes, regalos ocasionais, remédios e trajes. Sobre as bebidas e, em especial, sobre as bebidas alcoólicas, foram registrados os protocolos sociais comuns a vários grupos da sociedade colonial:

Cabe aqui, timidamente, lembrar que todo povo possui seu vinho. Vinhos de uva, arroz, milho, leite azedo (*kumis*), de palmeira, agave (*pulque*), aguardente do bagaço da uva, *bagaceira* portuguesa; do mel da cana

<sup>77</sup> FREYRE, Gilberto. *A presença do açúcar na formação brasileira*. Recife: Coleção Canavieira, n. 16, 1975, p. 3.

<sup>78</sup> CASCUDO, Luís da Câmara. *História da alimentação no Brasil*. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia; São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1983; CARNEIRO, Henrique. *Comida e sociedade: uma história da alimentação*. Rio de Janeiro: Campus, 2003; MONTELEONE, Joana de Moraes. *Sabores urbanos: alimentação, sociabilidade e consumo (São Paulo, 1828-1910)*. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

destilado, cachaça, a mais popular bebida do Brasil, a tiquira da mandioca (Amazonas, Pará, Maranhão), o vinho de caju, o *cauim* dos tupis, mastigada a fécula para ativar a fermentação pela ptilina, como fazem os polinésios com a raiz da pimenteira kawa (*Piper methysticum*), as bebidas peruanas com o milho para o nacional *chicha* e as hopis do Arizona para o pudim *pikami*. [...] O ato de beber possui ainda a contemporaneidade simbólica de um cerimonial sagrado. Beber à saúde de alguém, erguer o brinde de honra, são gestos intrinsecamente ligados ao protocolo social. Não se compreende banquete oficial ou festa íntima sem esse pequenino cerimonial indispensável. Fácil é sentir a convenção da bebida depois de pronunciado o nome em honra do qual se bebe. Banquete sem brinde de honra não tem significação alguma. [...] O maior troféu é uma taça, taça olímpica “Copa do Mundo”. [...] O comer, o fumar, a própria dança e o canto não foram invenções de deuses embora tendo égides protetoras. O beber teve Dionísio-Baco, culto sonoro e resplandecente, envolvido de cerimônias e devoções que custaram, na parte ritualística, muito tempo a desaparecer. O toxicômano, o glutão, o galã confidente, o valentão teórico, o exibicionista irresistível, o técnico adulatório, o pessimista irradiante, o gênio incompreendido, o preterido profissional, têm críticos inapeláveis e teimosos. Para o bebedor ainda resiste um alo de tolerância, simpatia e vaga solidariedade. O anedotário da embriaguez inclui as glórias literárias de todos os países. A tradição dos boêmios, bebedores obstinados, figura em cada localidade numa espécie de orgulho, notória na recordação das façanhas espirituosas, respostas felizes, atitudes cheias de humor. Quando há repugnância em lembrar uma indigestão, perda no jogo, tosse no canto, queda no baile, persiste visível vaidade na evocação de passadas bebedeiras, resistências à exaustão, compacidade comportadora de álcool, desafiando rivalidades. De todos os vícios humanos é a que se honra com a mais extensa e erudita bibliografia, registrando sinônimos e andanças semânticas. As campanhas ruidosas anti-alcoólicas, visando evidenciar a degradação e bestialidade do embriagado, não conseguem retirar-lhe uma auréola de popularidade universal. A literatura epigramática greco-latina sobre o vinho e suas consequências é inteiramente ditirâmbica, que aliás era hino a Dinísio. Em qualquer paragem do mundo uma estória de bêbado é invariavelmente hilariante. Não será uma permanência, uma projeção uma continuidade do esto dionísico? Não se tratará de uma *presença báquica* ainda cercada de respeito e piedade fiel? Não será o bêbado o derradeiro olímpico, sobrevivente de um culto dissipado no tempo e vivo em sua persistência individual? Haverá nesse carinho um instinto obscuro de autodefesa a uma inconsciente vocação participadora? Creio que não existe na terra outro ambiente semelhante para nenhum vício, por mais alto e brilhante que seja o viciado [sic]<sup>79</sup>.

A cachaça aparece, nas descrições colhidas pelo autor, associada às comidas e aos rituais de escravos, como complemento da dieta, como algo que ajuda com o trabalho pesado,

<sup>79</sup> CASCUDO, Op. cit., 1983, p. 35-36.

e por vezes como remédio (água da vida). Mas, no mais das vezes como hilariante, prazerosa e perturbadora do juízo. Ainda de acordo com Cascudo, as bebidas indígenas, como o cauim, não tinham o mesmo significado. Faziam parte de momentos específicos como colheita, caça ou ritos de passagem:

[...] Beber por desfastio, divertimento, desejo íntimo, não existia e quase não existe entre os aborígenes. Indígena isolado, bêbado, é contágio de “branco”. Bebida é sempre função grupal, solenidade com motivação indispensável. [...] O álcool, destilado pelos “brancos”, era o *cauín-retê*, verdadeiro, *cauín cauín-táia*, ardente, queimante, *cauín-tatá*, de fogo. Aguardente, cachaça<sup>80</sup>.

Além das reflexões sobre a cultura do açúcar, à qual se anela a cachaça, apresentadas por Gilberto Freyre, na já citada obra *A presença do açúcar na formação brasileira*, também é importante registrar a inovação temática e metodológica que o autor empreendeu em *Casa Grande e Senzala*, marco nas análises da cultura brasileira<sup>81</sup>.

Ressalte-se, em primeiro lugar, que Freyre tratou anúncios de jornais, diários, correspondências familiares de viajantes, livros de receitas, fotografias, cantigas, provérbios, adivinhas e medicina popular, para citar alguns, como suportes culturais. Por seu exemplo, esses materiais passaram ao *status* de documentação à disposição de historiadores no Brasil.

O autor e sua percepção positiva da mestiçagem, devidamente criticada, permitiram apresentar e valorizar práticas, crenças e costumes cotidianos do povo brasileiro. Na opinião de Laura de Mello e Souza, Freyre faz uma “[...] miscelânea iluminada sobre a história do Brasil até o final do século XIX”<sup>82</sup>, sem se render às explicações em que se visse uma sobredeterminação do econômico sobre as outras dimensões. Ao iluminar o dia a dia das estruturas sociais do Brasil colonial, o autor mostra como pessoas, emoções e cultura se fazem dentro do contexto de um sistema de produção.

Na historiografia mais recente, Henrique Carneiro considera que a alimentação revela a convivialidade<sup>83</sup>. A cultura material, que aparece nas técnicas de preparação e nas maneiras de conhecer, obter, adquirir, estocar, transportar e preservar alimentos, aparece também nas ações individuais e coletivas. É um comportamento carregado de ideias e distinções: relações de poder, valor de mercado, regulamentações alimentares, aspectos nutricionais, papéis sexuais, restrições dietéticas, imposições religiosas, identidades étnicas, nacionais e regionais, entre outras. Não obstante, Henrique Carneiro também compreende que a historiografia sobre

<sup>80</sup> Id., *Ibid.*, pp. 147; 153.

<sup>81</sup> FREYRE, Gilberto. *Casa grande e senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal*. São Paulo: Global, 2006.

<sup>82</sup> MELLO E SOUZA, Laura de. Aspectos da Historiografia da Cultura sobre o Brasil Colonial. In: FREITAS, M. C. de (org.). *Historiografia brasileira em perspectiva*. São Paulo: Contexto, 2003, p. 23.

<sup>83</sup> CARNEIRO, Henrique. *Comida e sociedade: uma história da alimentação*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

o Brasil não deixou de levar em conta a alimentação, embora, por muitas vezes a tenha tratado como apêndice ou ilustração<sup>84</sup>.

Carneiro demonstra que a aguardente brasileira serviu de moeda para a compra de escravos na África, porque os “alimentos-droga” ganharam forte importância econômica e significado cultural na época moderna. Sobre os chamados “alimentos-droga”, o autor considera que o significado do álcool como droga se construiu ao longo do tempo, uma vez que o termo “drogas” já esteve ligado a múltiplos significados, dentre os quais destaca: especiarias aromáticas, temperadoras do frio, produtos de sabor e aroma forte, bens caros e preciosos, substâncias cálidas para reequilibrar organismos perturbados, instrumento de prazer, bálsamo para dores físicas e psíquicas<sup>85</sup>.

Vale lembrar, ainda, a íntima associação das bebidas alcoólicas a revoltas e crimes. Além do já citado trabalho de Luciano Figueiredo, no qual o autor discute a presença da cachaça e do álcool no vocabulário político das rebeliões coloniais, na América Portuguesa<sup>86</sup>, Gonçalves e Venâncio também discutem o que se relacionava à cachaça nas sedições de Ouro Preto, no início do século XIX<sup>87</sup>. A cachaça também aparece ligada aos negócios de contrabando e prostituição. Além disso, são discutidas as implicações políticas da regulamentação de seu consumo, do comércio clandestino e seus ganhos, das vantagens econômicas de transformá-la em marca de identidade regional.

Posteriormente, no princípio do século XX, a cachaça também seria correlacionada às doenças e às mazelas da “mestiçagem” que impediam a civilização do Brasil. Ao lado de outras drogas, fazia parte dos combates sanitários da *Belle Époque*. Gericamente chamada de “álcool”, foi uma das grandes preocupações dos intelectuais brasileiros, entre os anos de 1920 e 1930, conforme assegura Luana Tamano:

Uma das grandes preocupações da classe intelectual no Brasil dos anos 1920-1930 foi o alcoolismo, então considerando causador de desordens sociais e degeneração. E, em seu combate, o analfabetismo foi igualmente considerado um problema, posto que o meio aventado como o mais eficaz para impedir a proliferação de alcoólicos foi a conscientização. Essa seria alcançada por intermédio da publicidade e da educação. O médico baiano Juliano Moreira (1872-1933) alertou que a enorme quantidade de analfabetos

<sup>84</sup> CARNEIRO, Henrique. Transformações do significado da palavra “droga”: de especiarias coloniais ao proibicionismo contemporâneo. In: VENÂNCIO, Renato Pinto; CARNEIRO, Henrique (org.). *Álcool e drogas na história do Brasil*. São Paulo: Alameda; Belo Horizonte: Editora PUCMinas, 2005, p. 11-28.

<sup>85</sup> Id. Ibid.

<sup>86</sup> FIGUEIREDO, Luciano Raposo de Almeida. Op. cit., 2017.

<sup>87</sup> GONÇALVES, Andrea Lisly; VENÂNCIO, Renato Pinto. Aguardente e sedição em Ouro Preto, 1831-1833. In: VENÂNCIO, Renato Pinto; CARNEIRO, Henrique. *Álcool e drogas na história do Brasil* (org.). São Paulo: Alameda; Belo Horizonte: Editora PUCMinas, 2005.

no país consistia um obstáculo considerável. Por esta razão, clamou pela educação do povo e pela necessidade de convencimento das crianças " de que (era) preciso dar combate aos fatores deseugenizantes da espécie, sobretudo o álcool e outros tóxicos [...]”<sup>88</sup>.

Considera-se, por fim, que as representações e o imaginário da cachaça construídas ao longo do tempo, na história e na historiografia sobre o Brasil, alinhavam a plasticidade de seu significado. Compreende-se que se trata de uma construção negociada, cheia de (re)arranjos e não linear. Daí a ideia de algo que se molda, se transforma e se reinventa. Estudar seu consumo permite analisar itinerários, emoções, afetos, influências, organizações e práticas que se vinculam a ela. Neste sentido, os significados construídos para a cachaça permitem que se explorem as expectativas simbólicas e os regimes imaginários que fazem parte de consumo, compra e descarte. Permitem, assim, que se analisem as alternativas que se criaram, inclusive para positivar seu consumo, oferecendo-a como um produto descolado dos sujeitos marginalizados e das camadas populares, adequando-a às camadas mais abastadas.

## **1.2. A cachaça em nova roupagem: a positivação da bebida**

Embora seja persistente um imaginário depreciativo da cachaça, a bebida chegou no Brasil do século XXI ampliando a sua roupagem. Ao longo de um amplo processo histórico, a cachaça foi paulatinamente positivada, ao ponto de alcançar a contemporaneidade com o *status* de bebida genuinamente nacional. Como tal, é hoje representativa da *nação*, aparecendo no mercado internacional como bebida “tipicamente” brasileira. Neste seguimento do mercado, a cachaça emparelha-se com outros destilados como a *grappa* italiana (destilado de uva); o *Kirsh* alemão (destilado da cereja); o uísque escocês (destilado de cevada); a vodka russa (destilado de centeio); o saquê chinês e japonês (destilado de arroz); a bagaceira portuguesa (destilado do bagaço de uva); a tequila e o mescal mexicanos (destilados de seiva do agave).

Até sair da “senzala” e dos botequins, para alcançar os “paladares refinados” do mercado internacional, a cachaça percorreu um longo caminho. Do ponto de vista histórico, este processo chamado aqui de “positivação”, integrou todo o *organizing da bebida*, cujo ápice verifica-se no início dos anos 2000. Entretanto, antes do final do século XX, movimentos políticos e de cunho cultural reclamaram a cachaça como bebida nacional,

---

<sup>88</sup> TAMANO, Luana Tieko Omena. O Movimento Sanitarista no Brasil: a visão da doença como mal nacional e a saúde como redentora. *Khronos, Revista de História da Ciência*, São Paulo, n. 4, ago. 2017, p. 111.

suplantando a correlação negativa que, historicamente, a ligava à escravidão, aos negros, às camadas populares, ao crime e à sedução. Conforme observa Floriana Rosa da Silva, “[...] em diversas passagens, sobretudo nos movimentos que tinham por objetivo romper as amarras com a Coroa Portuguesa, a cachaça foi erguida em brindes como produto genuinamente brasileiro”<sup>89</sup>. Seria este o caso, por exemplo, do movimento da Inconfidência Mineira e do uso da cachaça nas reuniões dos inconfidentes. Acerca do tema, a autora se apoia em Câmara Cascudo que, de modo geral, acredita que:

[...] a cachaça conquistou ascensão aos níveis, antes indevassáveis, nos surtos da eloquência nacionalizante, precursora e conseqüente ao período da Independência, quando era patriotismo não beber produto das vinhas portuguesas. Na revolução pernambucana de 1817, o padre João Ribeiro, mentor tão legítimo que se suicidou na derrota, recusou o cálix de vinho francês que lhe oferecia Tollenare, e pediu, para o brinde, aguardente. Como todos sabem, o boycott terminou nas festas de coroação do Imperador D. Pedro I, em 1º de dezembro de 1822 [sic]<sup>90</sup>.

Floriana Silva também é de opinião que, concretamente, o primeiro registro de um movimento que define a cachaça como bebida *nacional*, se deu na década de 1920 através do Modernismo. Por este motivo, pode-se considerar o Modernismo como um marco na trajetória de posituação da cachaça no Brasil.

Como se sabe, o movimento tinha por premissa a ideia de que as “formas tradicionais” de expressão artística e de organização social estavam ultrapassadas, exigindo, pois, a sua modernização. No Brasil, o Modernismo teve como corolário a *Semana de Arte Moderna*, realizada em 1922 no Teatro Municipal de São Paulo.

Com vistas à modernização do país, intelectuais e artistas ligados ao movimento e à *Semana de 22*, defendiam que o Brasil deixasse de copiar modelos europeus e permitisse emergir sua própria maneira de ver o mundo, preservando sua singularidade e autonomia cultural. Ainda de acordo com Silva,

Durante a Semana de Arte Moderna foi forte a crítica à importação de cultura e costumes europeus, impostos pela elite, dando início a um processo de redescobrimto da brasilidade. Um dos mentores intelectual do movimento, Mário de Andrade, apresentou seu estudo *Os Eufemismos da Cachaça*, dando destaque ao produto típico do brasileiro<sup>91</sup>.

<sup>89</sup> SILVA, Floriana Rosa da. Op. cit., 2018, p. 36.

<sup>90</sup> CASCUDO, Câmara. Op. cit., 2006, p. 31-32.

<sup>91</sup> SILVA, Floriana Rosa da. Op. cit., 2018, p. 37.

Novo marco se daria mais de meio século depois da Semana de 22, na década de 1990, quando a cachaça foi oficialmente alçada à condição de produto genuinamente nacional. Tanto as técnicas de produção se aperfeiçoaram, quanto foram impetradas ações empresariais e governamentais para estimular o setor produtivo e estruturar o quadro institucional do país a esse favor. A partir deste decênio foram implementadas ações com vistas a alavancar a produção da cachaça e contribuir para a sua posituação como produto nacional, a saber: no campo governamental foi criado o Programa Brasileiro para o Desenvolvimento da Cachaça, o Pró-Cachaça, em 1992. No Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, MAPA, foi criada a Câmara Setorial da Cadeia Produtiva da Cachaça, em 2004, que se envolveu na regulamentação da produção, engarrafamento, envelhecimento, rotulagem e comercialização da bebida. Ainda em 2007, a cachaça foi reconhecida como produto brasileiro pela Organização Mundial de Aduanas e pelo Mercosul.

Observe-se que no período entre 1990 e 2010, o quadro de institucionalização inicial contou com o apoio fundamental do Estado, posto que este estimulava e auxiliava a comercialização – nacional e internacional – da cachaça. Em alguns estados brasileiros, o apoio do governo, inclusive baseou a estruturação de arranjos produtivos. A ajuda financeira foi representada pela liberação de empréstimos pelo Banco do Brasil e pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, BNDES, que favoreceram a grande indústria. Foram lançadas, em nível estadual, políticas que incentivaram a produção de qualidade e o estabelecimento de produtores e de cooperativas. Registre-se que também se envolveram com o setor, auxiliando o seu desenvolvimento, a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, APEX; o Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial, INMETRO; e a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, EMBRAPA<sup>92</sup>.

Também compõem esse quadro, o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, MDIC, sobretudo na ajuda com a formação de convênios para exportação; e o Ministério das Relações Exteriores, principalmente nas negociações com a Organização Mundial do Comércio, a OMC, para reconhecimento da cachaça como produto brasileiro.

Ainda, o desenvolvimento do setor foi alavancado na base pela formação de diversas associações estaduais de produtores e pelo fomento tecnológico e educacional do Serviço de Apoio à Micro e Pequenas Empresas e do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial, o SEBRAE, que se dispuseram a profissionalizar o setor.

---

<sup>92</sup> Cf. GONÇALVES, M. F.; VIDAL, M. F. FIGUEIREDO JUNIOR, C. A. *Cachaça e rapadura na área de jurisdição do BNB: produção, tecnologia e mercado*. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2008.

A esse empenho de fazer da produção e comercialização de cachaça um setor produtivo, também a partir da década de 1990 podem-se incluir esforços de universidades na inserção de cursos e temáticas de pesquisa; as feiras de negócio, os alambiques abertos à visitação, museus, coleções, revistas especializadas, comércios periféricos – tonéis, alambiques, embalagens, etc.–, e a profusão de profissões que foram surgindo: químicos especializados em destilação de cachaça; agrônomos especializados em cana orgânica; *cachaciers*, profissionais especializados que cuidam da compra, armazenamento e rotação nas adegas de cachaça, além da elaboração das cartas de cachaça, à semelhança das cartas de vinho (e por isso o nome assemelhado ao *sommeliers*), para restaurantes, indicando combinações entre a bebida e diferentes pratos. Na esteira deste processo, a cachaça foi paulatinamente descolada de sua representação negativa, sendo reconhecida como bebida tipicamente brasileira e integrante de uma “identidade” nacional.

Do ponto de vista legal, este reconhecimento se expressou através do chamado “Decreto da Cachaça”, publicado em 2001 pelo então Presidente Fernando Henrique Cardoso. Textualmente, o decreto nº 4.062 de 21 dezembro de 2001, define as expressões "cachaça", "Brasil" e "Cachaça do Brasil" *como indicações geográficas*, estabelecendo já em seus artigos primeiro e segundo que o *nome cachaça é de origem brasileira, de uso exclusivamente brasileiro*, normatizando, então, o comércio da bebida em âmbito internacional:

Art. 1º O nome "cachaça", vocábulo de origem e uso exclusivamente brasileiros, constitui indicação geográfica para os efeitos, no comércio internacional, do art. 22 do Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados ao Comércio, aprovado, como parte integrante do Acordo de Marraqueche, pelo Decreto Legislativo nº 30, de 15 de dezembro de 1994, e promulgado pelo Decreto nº 1.355, de 30 de dezembro de 1994.

Art. 2º O nome geográfico "Brasil" constitui indicação geográfica para cachaça, para os efeitos da Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, e para os efeitos, no comércio internacional, do art. 22 do Acordo a que se refere o art. 1º<sup>93</sup>.

Finalmente, em seu artigo terceiro, o Decreto define que as expressões, agora protegidas, “cachaça”, “Brasil” e “Cachaça do Brasil” são de uso restrito aos *produtores brasileiros*:

---

<sup>93</sup> BRASIL. Decreto nº 4062 de 21 de dezembro de 2001. Define as expressões “cachaça”, “Brasil” e “Cachaça do Brasil” como indicações geográficas. *Diário Oficial da União*. Brasília, 26 dez. 2001, p. 4. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2001/decreto-4062-21-dezembro-2001-429346-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em 13 dez. 2018.

Art. 3º As expressões protegidas "cachaça", "Brasil" e "cachaça do Brasil" somente poderão ser usadas para indicar o produto que atenda às regras gerais estabelecidas na Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, e no Decreto nº 2.314, de 4 de setembro de 1997, e nas demais normas específicas aplicáveis.

§ 1º O uso das expressões protegidas "cachaça", "Brasil" e "cachaça do Brasil" é restrito aos produtores estabelecidos no País.

§ 2º O produtor de cachaça que, por qualquer meio, usar as expressões protegidas por este Decreto em desacordo com este artigo perderá o direito de usá-la em seus produtos e em quaisquer meios de divulgação<sup>94</sup>.

O “Decreto da Cachaça” tinha a sua razão de ser. Ancorado em seu contexto, refletia as exigências de um processo produtivo que se dava, e permanece se dando, *em todos os estados brasileiros*. Dentre estes, ainda se destacam: Bahia, Ceará, Goiás, Minas Gerais, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro e São Paulo. Este último, aliás, já se destacava como maior produtor da bebida e no qual se localizam as grandes empresas industriais de cachaça e líderes do mercado.

Em 2003, o consumo da cachaça no mercado interno era, predominantemente, entre as “classes C e D” e, em menor quantidade, entre as “classes A e B”. Todavia, no interior das camadas mais abastadas, a resistência se quebrava frente ao consumo da *caipirinha* que, não por caso, foi considerada *bebida típica brasileira*, também através de ação legal:

Outra importante ação do Estado foi a elaboração do decreto nº 4.851, de 2 de outubro de 2003 que estabelece que “a caipirinha é a bebida típica brasileira com graduação alcoólica de quinze a trinta e seis por cento em volume a vinte graus Celsius obtida exclusivamente com Cachaça, acrescida de limão e açúcar”. Dessa forma, a cachaça e a caipirinha são apropriadas como atrativos culturais brasileiros [...]<sup>95</sup>.

No que diz respeito ao mercado internacional, também em 2003 a cachaça apresentava um significativo crescimento. Embora disputasse uma fatia menor deste mercado, já alcançava um aumento consistente de 10% ao ano. Entre 1997 e 1999, os principais compradores de cachaça do Brasil eram: Alemanha, Paraguai, Itália, Uruguai, Portugal, Bolívia, Chile, Equador, Espanha e Estados Unidos<sup>96</sup>. O Quadro 1, a seguir, permite observar

<sup>94</sup> Id. Ibid.

<sup>95</sup> DE SIQUEIRA Euler David; DIAS Nathália Caroline. Boa para beber, melhor para pensar: a valorização da cachaça e a afirmação da identidade nacional brasileira. *In: JORNADAS SANTIAGO WALLACE DE INVESTIGACIÓN EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL*, 7, 2013, Sección de Antropología Social. Instituto de Ciencias Antropológicas. Facultad de Filosofía y Letras. *Anais* [...] Buenos Aires: UBA, 2013, n.p.

<sup>96</sup> COUTINHO, Edilma Pinto. Aspectos da evolução do mercado da cachaça. *In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO*, 23, 2003. *Anais* [...] Ouro Preto: Abepro, 2003. Disponível em: [http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2003\\_tr0111\\_0600.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2003_tr0111_0600.pdf). Acesso em 14 jan. 2019.

que entre 1997 e 1998, o grande comprador da cachaça brasileira era o Paraguai, sendo substituído posteriormente, em 1998, pela Alemanha:

QUADRO 1. Exportação de cachaça brasileira, em dólar: 1997 -1999

| País                 | 1997             | 1998             | 1999             |
|----------------------|------------------|------------------|------------------|
| 1. Alemanha          | 735.792          | 910.883          | 1.729.531        |
| 2. Paraguai          | 2.654.522        | 1.528.575        | 1.711.020        |
| 3. Itália            | 522007           | 569.206          | 693.939          |
| 4. Uruguai           | 1.350.528        | 670.576          | 677.291          |
| 5. Portugal          | 230.606          | 335.925          | 427.965          |
| 6. Bolívia           | 250.022          | 231.627          | 346.569          |
| 7. Chile             | 347.385          | 325302           | 344.610          |
| 8. Equador           | 942.260          | 1.313.837        | 244.944          |
| 9. Espanha           | 150.836          | 215.234          | 219.498          |
| 10. Estados Unidos   | 224.853          | 104.610          | 204.153          |
| <b>Total em US\$</b> | <b>7.159.057</b> | <b>6.205.775</b> | <b>6.599.520</b> |

Fonte: Coutinho (2003, p. 6).

Em 2003, quando se deram os estudos de Edilma Coutinho, referenciados acima, de modo geral a cachaça era uma ilustre desconhecida na maior parte dos países europeus. Ainda que a revista inglesa *Drinks International* tenha listado a “Caipirinha” como um dos 10 drinks mais famosos do mundo ou, ainda, a revista *In Style* a tenha considerado “a mistura mais quente do século”<sup>97</sup>, fato era que a cachaça entrava o século XXI muito mais como *possibilidade*, do que como “realidade”. Conforme observa a autora:

O mercado de cachaça apresenta significativo crescimento, especialmente o internacional, no qual o volume de exportação, embora ainda pequeno, vem apresentando aumento médio de 10% ao ano. No entanto, o aproveitamento das oportunidades de negócios do mercado externo implica estruturação das empresas, para atenderem as exigências das complexas transações internacionais. Nesse contexto, as empresas industriais apresentam vantagens competitivas em relação às artesanais, uma vez que a maioria dessas não apresenta estrutura técnica e organizacional nem para atuar no

<sup>97</sup> ÉPOCA. *Um suave perfume de mulher: herdeiras controlam grandes e pequenas produtoras de aguardente no Brasil*. abr. 2000. Disponível em: <http://epoca.globo.com>. Acesso em 12 dez. 2018.

mercado interno. As dificuldades estruturais do segmento artesanal podem ser superadas mediante estratégias coletivas, como a criação de consórcios e cooperativas, que estão permitindo a inserção das cachaças artesanais no mercado internacional<sup>98</sup>.

Ao término na segunda década do século XXI, o panorama descrito por Coutinho é bastante diferente. Em pouco mais de quinze anos, o mercado internacional ainda se configura como promissora seara a ser “desbravada”. No entanto, o volume de exportações aumentou consideravelmente, conquistando novos parceiros comerciais. Os dados apresentados pelo MAPA para os anos de 2016 e 2017, – e publicados no Agrostat (Estatísticas de Comércio Exterior do Agronegócio Brasileiro) – dão conta de que as exportações de cachaças em 2017 resultaram num faturamento de 15.808.210 (US\$), com aumento 11,34% em comparação ao ano de 2016. Apesar do aumento alcançado em 2017, a recuperação seguia lenta, comparando-se com os resultados dos anos de 2013 e 2014, quando alcançaram 18.335.792 e 16.598.768(US\$) respectivamente<sup>99</sup>.

No que diz respeito ao mercado nacional, de acordo com Matteus Corti, depois da cerveja, a cachaça é a bebida alcóolica mais consumida no Brasil. Quanto ao volume de produção, “[...] são cerca de 1,4 bilhões de litros de cachaça por ano produzidos no país. Destes, 70% são feitos de maneira industrial, enquanto os outros 30% são produzidos em alambiques, ou de modo artesanal. Sua produção gera em torno de 600 mil empregos diretos e indiretos”<sup>100</sup>.

Embora o mercado consumidor nacional seja maior do que o mercado internacional, os números se tornaram bem mais eloquentes. Também de acordo com Corti, em 2017 a cadeia produtiva da cachaça apresentava os seguintes indicadores:

[...] são cerca de 40 mil produtores, algo em torno de 4 mil marcas, sendo que as microempresas representam quase a totalidade deste campo de produção. Uma nota divulgada pelo site Alambique da Cachaça, relata que o consumo de bebidas no Brasil supera populações que possuem tradição no consumo de destilados, como os húngaros e os poloneses. Os brasileiros consomem cerca de 11 mil litros de cachaça por ano, contra algo entre 9 e 10 litros dos europeus<sup>101</sup>.

<sup>98</sup> COUTINHO, Op. cit., 2003, p. 7.

<sup>99</sup> AGROSTAT - Estatísticas de Comércio Exterior do Agronegócio Brasileiro. Exportação de cachaça – 2017. Ranking de países. Apud SITE da cachaça. *Exportação de cachaça em 2017*. [S.l.], 2017. Disponível em: <http://www.sitedacachaca.com.br/exportacao-de-cachaca-em-2017>. Acesso em: 10 fev. 2019.

<sup>100</sup> CORTI, Matteus. Do Brasil colonial para o mundo: como a cachaça influencia o país. *Repórter Unesp*, 28 jun. 2017. Disponível em: <http://reporterunesp.jor.br/2017/06/28/do-brasil-colonial-para-o-mundo-como-cachaca-influencia-o-pais>. Acesso em 8 fev. 2019.

<sup>101</sup> Id., Ibid.

De acordo com o Quadro 2, em 2017 a listagem dos dez principais compradores de cachaça do Brasil, apresenta uma notável inversão: os Estados Unidos que, em 2003 ocupavam décima posição pulam para a primeira, mais que triplicando as compras do destilado:

QUADRO 2. Exportação de cachaça brasileira, em dólar: 2017.

| <b>País</b>       | <b>Volume de exportação em US\$</b> |
|-------------------|-------------------------------------|
| 1. Estados Unidos | 2.795.977                           |
| 2. Alemanha       | 2.757.328                           |
| 3. Paraguai       | 1.937.735                           |
| 4. França         | 1.144.725                           |
| 5. Portugal       | 1.055.268                           |
| 6. Bolívia        | 821.080                             |
| 7. Espanha        | 805.186                             |
| 8. Itália         | 774.295                             |
| 9. Reino Unido    | 649.136                             |
| 10. Uruguai       | 460.921                             |

Fonte: AGROSTAT (2017).

Dentre as várias explicações possíveis para esta mudança de quadro, considera-se que contemporaneamente ao “Decreto da Cachaça” se abre no Brasil um novo processo de *organizing* da cachaça. Este processo não se restringiria à respostas legais ao incremento da produção do destilado, e sua consistente investida na ampliação do mercado consumidor nacional e, ainda, no mercado internacional. Mais do que isso, defende-se que o processo de *organizing*, por ser um processo de produção cultural, no seu fazer-se prático produziu novas representações da cachaça. Neste caso, positivando-a como bebida nacional, representativa do país e não mais circunscrita às camadas populares, às “classes C e D” de consumo e aos excluídos sociais. Como “nacional”, oferece-se ao mercado – que retroalimenta o processo, pois faz parte dele, através de uma série de elementos que se interconectam, de modo a reafirmar a representação da cachaça como “nacional”. Estes elementos serão discutidos a seguir.



FIGURA C. Tonel de cachaça. Fonte: Mercado Livre (s.d.).

## CAPÍTULO 2. CACHAÇA NACIONAL E CACHAÇA REGIONAL

Para o presente capítulo objetiva-se discutir alguns dos elementos utilizados no *Organizing* para autorizar e reafirmar as representações da cachaça “nacional” e da cachaça “regional”. Para tanto, destaca-se a musealização do objeto cachaça e a sua exposição em organizações que a apresentam como “autenticamente nacional”. Além deste aspecto discute-se as formas pelas quais os sujeitos integrantes do *Organizing* definem o que vem a ser ou não uma “autêntica” cachaça nacional. No que diz respeito à cachaça regional, reflete-se acerca das prerrogativas postas pelo mercado globalizado dentro do qual os consumidores buscam por produtos “tradicionais”, *típicos* de determinadas “regiões” e “localidades”, bem como os instrumentos utilizados para definir e valorizar o “regional” e o “local”.

### 2.1. A cachaça nacional

A representação da cachaça como bebida “nacional” remete, de imediato, à ideia da bebida como elemento nacional, representativo da nação. Neste particular, vale lembrar que um importante campo de pesquisa e estudo das sociabilidades é a associação entre as bebidas alcóolicas, consideradas típicas, e a ideia de nação.

O caminho da associação de ideias revela a plasticidade de seu significado, ou seja: a descrição do que é brasileiro e do que é cachaça, ora foi valorizado, ora foi prática alternativa. Do ponto de vista dos significados, a cachaça é maleável, pois permite ser moldada de acordo com os valores culturais em evidência, em cada contexto.

Cada vez que se olha a cachaça, ela muda. A conotação das palavras sobre ela é outra. A palavra “cachaça” está impregnada de passado e, ao mesmo tempo, está em um contexto novo. E mesmo o termo “cachaça, bebida do Brasil”, dito repetido vezes em diferentes momentos históricos, esse “do Brasil” também muda.

É possível discutir a representação da cachaça como *nacional* a partir de narrativas construídas ao longo do tempo. É possível explorar as representações e imaginário da cachaça, o destilado *brasileiro*, no que se escreveu e se definiu a respeito deste bem cultural e caracterizar esse “ser a bebida típica brasileira”.

No entanto, é igualmente possível reconhecer uma perspectiva histórica que organiza e orienta a exposição de cachaças em museus e coleções, públicas e privadas. Estas expressam um percurso narrativo, passando por momentos-chave da história do Brasil, indicando

também a importância de produções menos conhecidas ou menos inseridas nas grandes narrativas sobre a nação<sup>102</sup>. São encontrados museus da cachaça e coleções particulares, de norte a sul do Brasil. Dentre outros, cita-se o “Museu da Cachaça” em Porto de Galinhas, no Recife; o “Museu da Cachaça” em Paty do Alferes, no Rio de Janeiro; o “Museu da Cachaça” do Ceará”; a “Coleção Messias Cavalcante”, com mais 12 mil e 800 itens e a Coleção Antônio Goulart, com mais de 27 mil itens de exposição.

FIGURAS 5. Itens expostos no Museu da Cachaça do Rio de Janeiro. Paty do Alferes, RJ, 2016.



5.1. Moedor de cana



5.2. Alambique



5.3. Toneis de envelhecimento



5.4. Cachaças expostas

Fonte: Museu da Cachaça, RJ (2018)

O “Museu da Cachaça” de Paty do Alferes se apresenta como o primeiro do gênero, no Brasil. Oferece ao visitante a oportunidade de “[...] conhecer o processo de envelhecimento e de engarrafamento da aguardente de cana-de-açúcar, assim como provar e adquirir o

<sup>102</sup> As demais representações da cachaça também podem ser veiculadas através de museus. É este, por exemplo, o caso do “Museu da Cachaça de Salinas”, na região norte de Minas Gerais, que busca apresentar itens e atividades museais que expressam o caráter *artesanal* da cachaça de salinas.

produto”.<sup>103</sup> Em sua página inicial, o site do museu assim diz da bebida:

A cachaça que já foi a mais popular de todas as nossas bebidas, é hoje conhecida internacionalmente como o *produto tipicamente brasileiro*. Ao servir de base para aperitivos como a caipirinha, traduzindo o *paladar nacional*, ganhou status de produto de exportação e tornou-se mais um *símbolo do Brasil* para o mundo, tal qual o samba e o futebol [grifos nossos]<sup>104</sup>.

Procurando expressar aspectos da produção histórica da cachaça, o Museu do Rio de Janeiro expõe diferentes itens que remetem a um passado nacional, comum à todos os locais nos quais a cachaça foi produzida no Brasil. Perspectiva semelhante possui o “Museu da Cachaça” de Fortaleza, no Ceará. Apresentando-se como um museu que “reúne a história da aguardente no Brasil”, o museu do Ceará guarda itens que são representativos dessa história, em âmbito nacional.

A cachaça nacional é também *autêntica*. Ou seja: ela é não é uma “falsificação”, feita fora do Brasil ou fora das condições que garantem a sua *autenticidade*. Segundo José Reginaldo Gonçalves, dentre as modernas categorias de pensamento poucas são tão difundidas – seja no senso comum, ou no debate erudito – quanto a de “autenticidade”<sup>105</sup>. Nesta condição, possui uma plasticidade razoável, pois pode ser aplicada à experiências pessoais, objetos e obras de arte. Por isso mesmo, não raro entende-se o “autêntico” como antítese do “falso” e pertinente às expressões linguísticas e experiências culturais das sociedades humanas, independentemente do tempo e do espaço.

Todavia, a categoria *autenticidade* está longe de ser a-histórica. Conforme recorda Lionel Trilling, a autenticidade é “irmã” da *sinceridade* e ambas as categorias emergem na moderna experiência cultural do ocidente, ligando-se às ideias de indivíduo e sua participação na sociedade<sup>106</sup>. De acordo com Trilling, se na Europa medieval os indivíduos e seus papéis integravam uma unidade cultural, com o advento do mundo moderno e das relações capitalistas de produção, esta unidade se desintegra, descolando os indivíduos dos papéis que até então encenavam socialmente.

No caso da sinceridade, a categoria emerge mediante a preocupação dos sujeitos em determinar se o indivíduo que está agora participando à sua maneira está, de fato, sendo

<sup>103</sup> MUSEU DA CACHAÇA, RJ. Site oficial do Museu da Cachaça do Rio de Janeiro. Paty do Alferes, RJ. Atualizado em 26 ago. 2016. Disponível em: <http://www.museusdorio.com.br>. Acesso em 15 jan. 2019.

<sup>104</sup> Id. Ibid.

<sup>105</sup> GONÇALVES, José Reginaldo. Autenticidade. Memória e ideologias nacionais. *Estudos Históricas*, Rio de Janeiro, v. I, n. 2, 1988, p. 264-275.

<sup>106</sup> TRILLING, Lionel. *Sincerity and authenticity*. Cambridge: Harvard University Press, 1972.

sincero ou não. Do ponto de vista de Trilling, a preocupação com a sinceridade expressa a luta entre uma concepção anterior de *self* e as modernas e emergentes concepções individualistas<sup>107</sup>. Neste sentido, a *autenticidade* é uma espécie de “sentimento de ser”. Não se trata, portanto, da forma com que os indivíduos apresentam a si mesmos ao *outro*, nas suas interações sociais, o que estaria mais próximo da “sinceridade”. Identifica-se, muito mais com aquilo que “[...] o indivíduo realmente é, independentemente dos papéis sociais desempenhados nas relações com o outro”<sup>108</sup>.

A emergência da noção de autenticidade como expressão individual, livre e autônoma de toda e qualquer realidade “cósmica ou social”, seria aplicável, como dito anteriormente, à pessoas e objetos. Esta aceção se ligaria particularmente às obras de arte, numa época em que as modernas técnicas de reprodução se tornaram extremamente pródigas. Desta forma, o *autêntico* identifica-se com o *original*, ao passo que o *inautêntico*, com a cópia. Em artigo bem conhecido, o filósofo Walter Benjamin afirmou:

Mesmo na sua reprodução mais perfeita, um elemento está ausente: o aqui e o agora da obra de arte, sua existência única, no lugar em que ela se encontra. [...] O aqui e agora do original constitui o conteúdo da sua autenticidade, e nela se enraíza uma tradição que identifica esse objeto até nossos dias, como sendo *aquela objeto*, sempre igual e idêntico a si mesmo. *A esfera da autenticidade, como um todo, escapa à reprodutibilidade técnica e naturalmente não apenas à técnica.* [Grifos do autor]<sup>109</sup>.

No entanto, essa oposição, nascida com a modernidade, é desafiada por algumas das modernas formas de arte, especificamente o cinema e a fotografia. Assim, se a existência do original é a condição necessária para o conceito de autenticidade, no caso de um negativo fotográfico, em que é possível fazer qualquer quantidade de cópias, não faz sentido perguntar pela cópia autêntica. Destarte, para Benjamin, a autenticidade de uma obra é definida *pela sua aura*.

A autenticidade de uma coisa é a quintessência de tudo o que foi transmitido pela tradição, a partir de sua origem, desde sua duração material até o seu testemunho histórico. Como este depende da materialidade da obra, quando ela se esquivava do homem através da reprodução, também o testemunho se perde. Sem dúvida, só esse testemunho desaparece, mas o que desaparece com ele é a autoridade da coisa, seu peso tradicional. O conceito de aura

<sup>107</sup> Id., Ibid., p. 1-25.

<sup>108</sup> Id. Ibid., p. 106.

<sup>109</sup> BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica [Primeira versão]. In: \_\_\_\_\_. *Magia e técnica, arte e política*. Ensaios sobre literatura e história da cultura [Obras Escolhidas, v. 1]. 2 ed. Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1986, p. 167.

permite resumir essas características: o que se atrofia na era da reprodutibilidade técnica da obra de arte é a sua aura<sup>110</sup>.

A "aura" de um objeto está, portanto, associada à sua originalidade, a seu caráter único e à uma relação genuína com o passado. É, pois, o elemento que lhe confere a *autenticidade*.

Diante do exposto, como determinar a “autenticidade” da cachaça, elemento que, por suposto, reafirma a sua representação como *nacional*? Como “obra pronta” – destilada, engarrafada, rotulada, embalada, exposta – tal qual uma obra de arte, a autenticidade da cachaça pode ser comprovada por um *especialista*. Em se tratando do líquido, o especialista que, através da fruição sensorial, é capaz de atestar a “autenticidade” de uma cachaça, ou seja, de determinar se aquela “obra” é de fato *cachaça* ou não, é o “cachacier”.

Seus critérios, compartilhados no site da “Cachaçaria Nacional”, são: ausência de açúcares, limpidez, viscosidade, singularidade e aroma suave. No entanto, a sua identificação requer uma complexa interação dos sentidos que, por isso mesmo, dependente do nível de conhecimento nem sempre acessível ao consumidor comum. Explica-se:

[...] deve-se ficar atento à doçura da bebida, onde algumas vezes alguns produtores adicionam sacarose e açúcares para mascarar algum sabor desagradável em seu destilado [...] Cachaça NÃO possui açúcar em sua composição em nenhuma hipótese. [...] Uma *Cachaça* de qualidade tem que ser límpida, transparente e sem resíduos. Um dos processos do controle de qualidade da fabricação do destilado 100% Brasileiro é o processo de filtração, que é de grande importância. [...] a Cachaça de qualidade deve conter uma viscosidade diferente da água. Ao servir ela deve escorrer lentamente da garrafa, deve haver lágrimas no copo ou taça logo após servir. Por isso usa-se copos cônicos e taças para degustá-las. Sempre transparentes, para que possamos fazer essa análise visual criteriosa [...] Cada *Cachaça* possui uma característica e um paladar singular. Ou seja, cada uma possui um sabor, graduação alcoólica, adstringência, pungência. Picância, onde o degustador ao beber consegue diferenciar se ela é uma *Cachaça* adocicada, ácida, amarga, salgada, frutada dentre outras características do próprio destilado que podem vir com a *Cachaça* pura ou com a influência do envelhecimento ou armazenagem em barris de madeira. [...] Geralmente uma *Cachaça* de qualidade possui um aroma bem suave, não pode agredir o nariz e nem sentir uma ardência muito forte. Há um costume entre os degustadores que agitam a garrafa antes de abri-la para observar a quantidade de bolhas formadas. Muitos chamam de rosário e quanto maior for a quantidade de bolhas, melhor é a qualidade da *Cachaça* [sic, grifos do autor].<sup>111</sup>

<sup>110</sup> Id. Ibid., p. 168.

<sup>111</sup> CACHAÇARIA NACIONAL. 9 dicas de como identificar uma cachaça de qualidade. *Blog da Cachaçaria Nacional*. Postado em 4 out. 2017. Disponível em: <https://blog.cachacarianacional.com.br/9-dicas-de-como-identificar-uma-cachaca-de-qualidade/>. Acesso em 12 jan. 2019.

Como se pode observar no Quadro 3, também no campo legal a cachaça assumiu uma plasticidade de significados e pertinências, que foram moldados ao longo do tempo, determinando a partir da legislação também a sua *autenticidade*.

QUADRO 3. Legislação em torno da cachaça: 1639 - 2013

| Ano        | Normatização                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1639       | Provisão do governador geral do Brasil: proíbe a produção de aguardente e vinho de mel de cana na colônia portuguesa                                                                                                                                                                   |
| 1743       | Decreto régio proíbe expressamente produção aguardente na Capitania Bahia.                                                                                                                                                                                                             |
| 1972       | Lei 5.823 Sobre a padronização, classificação, inspeção e registro de bebidas Regulamentação.                                                                                                                                                                                          |
| 1973       | Decreto 73.267 Tratava a Aguardente de Melação e a Cachaça como sendo uma mesma bebida.                                                                                                                                                                                                |
| 1994       | Lei 8.918 Padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas. Cria a Comissão Internacional de Bebidas. Revoga Lei 5.823/72, assim como do seu regulamento.                                                                                 |
| 1997       | Decreto 2.314 Regulamento Lei 8918/94.                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 2000 (USA) | Estados Unidos passam a classificar a cachaça como rum e a requerer que constasse no rótulo do produto a expressão "rum brasileiro" ( <i>Brazilian Rum</i> )                                                                                                                           |
| 2001       | Decreto 4.062 Define as expressões "cachaça", "Brasil" e "cachaça do Brasil" como indicações geográficas.                                                                                                                                                                              |
| 2002       | Decreto 4.072 nova redação artigo 91 do Regulamento Lei 8918/94.                                                                                                                                                                                                                       |
| 2003       | Decreto 4.851 (revogado 4.072/02).                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 2005       | Instrução Normativa do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (qualidade e caracterização da bebida).                                                                                                                                                                     |
| 2006       | Decreto nº 3.728/06 A cachaça da marca Havana é declarada patrimônio cultural imaterial do Município de Salinas                                                                                                                                                                        |
| 2007       | Lei 16.688/07 Declara patrimônio cultural de Minas Gerais o processo tradicional de fabricação, em alambique, da Cachaça de Minas.                                                                                                                                                     |
| 2009       | Decreto 6871/09 - Regulamenta a Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas. Art. 53. Cachaça é a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil. |
| 2011       | Agenda Estratégica 2010-2015 Cachaça – Ministério da Agricultura (Câmara Setorial – Cachaça do Ministério da Agricultura)                                                                                                                                                              |
| 2012       | Decreto 35879/2012 Considera a Cachaça como Patrimônio Histórico Cultural do Estado do Rio de Janeiro.                                                                                                                                                                                 |
| 2013       | Decreto nº 7.968 Garante o reconhecimento ao "Bourbon whisky" e ao "Tennessee whisky" apenas para as bebidas elaboradas pelos produtores dos Estados Unidos.                                                                                                                           |

Fonte: Elaborado pela autora mediante dados da pesquisa (2017)

Perguntas como *o que é cachaça* ou *como se determina a autenticidade de uma cachaça*, recebem respostas não apenas subjetivas mas, também, cambiantes, que se estruturam em conformidade com as necessidades históricas e de contexto. Mas, também, das

relações internacionais, haja vista o Decreto n.º 7.968 de 2013, assinado pela então Presidenta Dilma Rousseff. Sobre este decreto é importante lembrar que parte do acordo bilateral entre os governos de Brasil e Estados Unidos, foi firmado em abril de 2012 quando da visita da Presidenta àquele país. Este acordo garantiu que a cachaça fosse considerada produto exclusivamente brasileiro no mercado norte-americano, revogando a legislação americana de 2000 que impunha aos produtores inclusive rotularem seus produtos com a definição de *Brazilian Rum*.

Em troca do reconhecimento da especificidade do *Whisky americano*, em fevereiro do mesmo ano o governo dos Estados Unidos publicou a lei de reconhecimento da cachaça como produto distinto do Brasil. No campo brasileiro, ou seja, no âmbito dos produtores de cachaça e de suas entidades representativas, a definição da autenticidade da bebida cachaça perpassa, assim, pela *formalização* da produção. Dito de outra forma: pela adequação do produto à legislação vigente, *seja ela qual for*.

FIGURAS 6. Rótulos da Cachaça “GRM”: antes e depois de 2013.



Fonte: Registros da autora, com base na pesquisa (2019).

A importância dada ao aspecto formal da produção, no sentido de determinar *o que é* ou *não é* a autêntica “cachaça nacional”, decorre da disputa, no interior do setor produtivo, com a produção informal da bebida. Conforme a interpretação do Sujeito 4, Presidente da Câmara Setorial da Cadeia Produtiva da Cachaça, a produção informal é ruim *para o setor*. Em conversa registrada em novembro de 2016, em Brasília, embora o Sujeito faça reiteradas

referências à importância do retorno do SIMPLES nacional, considera a informalidade ruim para o setor devido ao *caráter do produto* oferecido à população:

Acho ruim para o setor [A informalidade]. Há preocupação por ser um produto que será ingerido pelas pessoas. E se há problemas com quem bebe, não ser a cachaça “da marca tal” que fez, será a cachaça (produto geral) [...] Sempre quando dou cursos em Pernambuco para a ponta do consumo (donos de bares e garçons, por exemplo) indico que procurem no rótulo o registro no MAPA [Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento]. Se não tiver, não consumir, porque não se sabe se passou por todas as etapas de uma produção confiável. Falo das “boas práticas”, das questões de rotulagem, da preocupação de que é um produto que é ingerido pelas pessoas. [...] [Ressalta] a importância do reconhecimento internacional da bebida e [acredita] que para isso é preciso “boas práticas” e padronização, inclusive dos rótulos [legislação]. [Lembra que] o que será legislado é também discutido na Câmara com produtores do setor<sup>112</sup>.

O controle do processo produtivo, a representação dos produtores na Câmara, as negociações políticas tomam um sentido que, no campo das *representações* conferem autenticidade à esta ou aquela cachaça, negando-a à outra. No entanto, no campo produtivo, conforme as palavras do Sujeito 5, então Diretor do IBRAC, “[...] para bem ou para o mal, todos entendem de cachaça no Brasil, então todos colocam a mão na cumbuca”<sup>113</sup>.

Na medida em o olhar do pesquisador “desce” do âmbito das ideias e da legislação e focaliza a produção no seu dia a dia, enxerga tanto cachaças *legalizadas* quanto um sem fim de “cachaças curraleiras”, espalhadas clandestinamente de norte a sul pelo país, fora das normatizações e dos “selos de autenticidade”. Burlam as normas, manifestando-se nas “astúcias e trampolinagens”, próprias daqueles que vivem à margem da normatividade social<sup>114</sup>. No caso da produção da cachaça, da *normatividade legal*.

Para o produtor formalizado, nem sempre o informal é um “vilão”. Para o Sujeito 6, à época da pesquisa Presidente da ANPAQ – Associação Nacional dos Produtores e Integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique –, a figura do “clandestino” deve ser relativizada:

O pessoal de modo geral fica atacando os clandestinos, mas eu tenho uma visão um pouco diferente. Na verdade, a maior parte deles é subsistência, ele fabrica a cachaça dele lá e a família vive daquilo. Uma grande parte. Evidentemente que não são todos, tem aqueles que não tem essa índole. Então, eu acho, que a gente tinha que pegar esse pessoal e tirar eles da

<sup>112</sup> SUJEITO 4. [Presidente da Câmara Setorial da Cachaça/ Ministério da Agricultura]. *Entrevista*. [Entrevista cedida a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital. Brasília, 10 de novembro de 2016.

<sup>113</sup> SUJEITO 5. [Diretor executivo do IBRAC – Instituto Brasileiro da Cachaça]. *Entrevista*. [Entrevista cedida a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital. Brasília, 10 de novembro de 2016.

<sup>114</sup> Cf. CERTEAU, Op. cit., 1995.

informalidade. Ensinar as boas práticas, ensinar a fazer ao menos um produto que não vá fazer mal a população. É isso que eu penso, dessa maneira. E não prender o sujeito, proibir ele de fabricar. Isso não é a maneira de resolver a coisa. Muito mais importante que você fechar um alambiquezinho pequeno, é você pegar as cachaças industriais que vem de São Paulo e são entregues aqui em Salinas. São entregues dois ou três caminhões toda semana pra misturar nas cachaças que são legalizadas<sup>115</sup>.

Sobre a prática de grandes companhias de comprarem a produção informal, a já citada pesquisa empreendida por Floriana Silva, não conseguiu registrar nenhum produtor que a admitisse, embora seja do amplo conhecimento de todos. Não obstante, encontrou na região de Uberlândia, MG, indicação do proprietário da *Caninha Calmanet* que, embora legalizado, admitia fornecer a sua cachaça para outra marca:

[...] o mais próximo dessa prática, que encontramos na região de Uberlândia, foi o da *Caninha Colmanet*, legalizada, cujo proprietário afirma ter fornecido uma grande quantidade de seu produto para uma renomada marca de Araxá-MG. Deste feito o produtor inclusive se gaba, pois a produção foi exportada, mesmo sem referência a seu nome ou a sua marca<sup>116</sup>.

Observe-se, portanto que, entre a realidade concreta e a prática normativa existe uma ampla faixa de intersecção, dentro da qual se coloca em xeque inclusive a própria normatização que confere à cachaça *nacional*, a sua *autenticidade*.

## 2.2. A cachaça regional

No processo de *organizing* da cachaça, a bebida também é oferecida no mercado mediante a sua pertença *regional*. Enquanto tal, constituiu-se uma representação que especifica a cachaça através dos *locais* de sua produção. Também aqui, uma série de elementos interagem, de modo a justificar, animar e autorizar sua representação como regional.

No campo da Administração, o investimento em produtos regionais, dentro dos quais se insere a “cachaça regional”, pode ser compreendido como uma das respostas ao processo de globalização. Conforme destacam Antônio Carlos Gil, Eduardo de Camargo Oliva e Marco

<sup>115</sup> SUJEITO 6. [Atual Presidente da ANPAQ – Associação Nacional dos Produtores e Integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique]. *Entrevista*. [Entrevista cedido a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital, Belo Horizonte, 19 de novembro de 2017.

<sup>116</sup> SILVA, Op. cit., 2018, p. 44.

Antônio Gaspar<sup>117</sup>, a globalização – que marca a passagem para o século XXI – permitiu uma economia mais aberta, com maior liberdade para o intercâmbio de bens, ideias e conhecimentos. Entretanto, na sua contra face observa-se:

[...] o desenvolvimento de relações econômicas fundamentadas nas exigências dos conglomerados transnacionais, a concentração da capacidade de informação dos detentores do poder, a organização de um sistema financeiro dominado pelos interesses dos países economicamente mais poderosos, a descaracterização das culturas locais e a retomada da força do liberalismo econômico como ideologia e prática<sup>118</sup>.

Como resultante desse processo e de seus próprios paradoxos, implementam-se novas alianças, novos arranjos institucionais e novas ideias. Ainda de acordo com os autores, uma das respostas mais visíveis a este estado de coisas, e perceptível em diferentes locais do planeta, é o movimento de valorização *do local e do regional*.

No caso do Brasil, para Luiz Otávio Pimentel – Presidente do INPI em 2016 – o reconhecimento mundial do país, por suas riquezas naturais e culturais, é um aspecto decisivo no atual mercado globalizado e competitivo, “[...] no qual os consumidores buscam, cada vez mais, produtos diferenciados e que agregam valores, como tradição, cultura e características reconhecidas”<sup>119</sup>. Para Pimentel, as Indicações Geográficas funcionam, assim, como um poderoso estímulo ao desenvolvimento regional:

Neste contexto é que as Indicações Geográficas (IG) assumem papel destacado nas políticas públicas para o desenvolvimento, especialmente no âmbito regional. Ao projetar globalmente produtos e serviços tipicamente nacionais/locais, pode-se não apenas conquistar espaço nos mercados, mas também fomentar a geração de emprego e renda e a fixação da população em seus territórios de origem – e o mais importante: a organização dos produtores em torno da qualidade de produtos e serviços<sup>120</sup>.

As “Indicações Geográficas” foram instituídas no país pela Lei da Propriedade Industrial 9.279 de 1996 com a intenção de evitar sua utilização indevida em produtos e serviços que não estejam relacionados à região de origem. As Indicações Geográficas, conforme estabelece a Lei supracitada, são divididas em duas modalidades: Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO), definidas da seguinte forma:

<sup>117</sup> GIL, Antônio Carlos; OLIVA, Eduardo de Camargo; GASPAR, Marco Antônio. A Regionalidade como Área de Estudo da Administração: um estudo de caso de um Programa de Mestrado em Administração. *Revista Gestão.Org* – Número Especial I ENEPQ, p. 11-24, nov. 2008.

<sup>118</sup> Id. Ibid., p. 11.

<sup>119</sup> SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Indicações geográficas brasileiras: cachaça = Brazilian geographical indications: cachaça = Indicaciones geográficas brasileñas: cachaza / Hulda Oliveira Giesbrecht, Raquel Beatriz Almeida de Minas (Coordenadoras)*. Brasília: Sebrae, INPI, 2016, p. 14.

<sup>120</sup> Id., Ibid., p. 14.

*Indicação de Procedência (IP)*: consiste no nome geográfico que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou prestação de determinado serviço. *Denominação de Origem (DO)*: consiste no nome geográfico que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos [Grifos dos autores]<sup>121</sup>.

Com caráter de proteção e de diferenciação, ao mesmo tempo o registro não prevê prazo de validade para a denominação. As marcas de produtos que são comercializadas coletivamente por associações ou cooperativas precisam que essas entidades sejam registradas como associação guardiã, a fim de que sejam responsabilizadas pelos controles exigidos pelo governo.

De acordo com o SEBRAE, em parceria com o INPI, as Indicações Geográficas, portanto, funcionam como ferramentas coletivas de valorização de produtos tradicionais vinculados a determinados territórios. Sob este ponto de vista, as IG “[...] agregam valor ao produto, permitindo estabelecer um diferencial competitivo frente aos concorrentes e possibilitam a organização produtiva e a promoção turística e cultural da região”<sup>122</sup>. Neste sentido, as Indicações Geográficas permitem projetar uma imagem de qualidade, reputação e identidade dos produtos oriundos de determinada região, o que pode conferir a eles maior competitividade no mercado, seja nacional ou internacional<sup>123</sup>.

A despeito da aplicação recente, Bárbara Oliveira Brandão esclarece que o conceito é remotíssimo, uma vez que a busca por produtos específicos de determinadas regiões integra as relações comerciais estabelecidas pelas sociedades humanas:

Embora o termo indicação geográfica tenha um conceito jurídico recente, possui origem remota, já que desde tempos imemoriáveis os homens buscam por produtos e serviços advindos de determinada região. A indicação geográfica é matéria tratada no âmbito internacional e existem diversos tratados e acordos que versam sobre a matéria, sendo o principal deles o Acordo sobre Direitos de Propriedade Internacional relacionados ao Comércio (ADPIC) [...] A indicação geográfica é um dos poucos instrumentos jurídicos do país capaz de proteger os saberes tradicionais, e agregar valor aos produtos advindos deste conhecimento, inserindo-os em

---

<sup>121</sup> Id. Ibid., p. 18.

<sup>122</sup> Id. Ibid., p. 18.

<sup>123</sup> Em Minas Gerais, por exemplo, são reconhecidos com a IG de “Denominação de Origem”: café (Cerrado Mineiro), registrado em 2005; queijo (Serro), registrado em 2011; café (Serra da Mantiqueira), registrado em 2011; peças artesanais em estanho, registrado em 2012 (São João del Rei); queijo canastra, registrado em 2012; biscoito (São Tiago), registrado em 2013; própolis-verde (Região da Própolis Verde de Minas Gerais, composta por vários municípios) e licor, geleia, molho e doces de jabuticaba (Sabará), registrado em 2018.

diferentes nichos de mercado e assim contribuindo para o desenvolvimento rural sustentável<sup>124</sup>.

Em se tratando da cachaça, o INPI reconheceu a primeira Indicação Geográfica de microrregião produtora de cachaça em 2007, conferindo o registro a Paraty. Na sequência, outras microrregiões produtoras buscaram esse reconhecimento— Salinas e Abaíra, o que tem levado outras regiões a se organizarem para obter essa proteção.

MAPA 1. Indicações de Procedência da Cachaça no Brasil -2007 a 2016.



Fonte: SEBRAE (2016).

Tanto a cachaça de Paraty quanto a cachaça de Abaíra conquistaram seus registros de IG reafirmando a especificidade histórica de suas regiões. No caso de Paraty, afirma-se que a história de produção da cachaça remonta ao século XVII, quando se confunde com a “história do Brasil Colônia e do Brasil Império”. Documenta-se, além disso, a exportação da cachaça para a Europa, no século XVIII, quando utilizada para “aperitivos” e moeda para compra de

<sup>124</sup> BRANDÃO, Bárbara de Oliveira. *A valorização dos produtos tradicionais através da indicação geográfica: o potencial do aratu de Santa Luzia do Itanhy*. Dissertação (Mestrado em Propriedade Intelectual). Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2016, p. 4.

escravos. O ápice de sua produção deu-se no século XIX, ao passo que o século XX registrou seu declínio:

Em 1805, Paraty já produzia aproximadamente 1.200 litros de cachaça. Em 1808, a vinda da família real para o Brasil impulsionou o comércio entre Paraty e o Rio de Janeiro. Em 1820, havia em Paraty 12 engenhos de açúcar e mais de 150 alambiques, com uma população aproximada de 16 mil habitantes. Após a abertura da estrada de ferro D. Pedro II, em 1870, e com a promulgação da Lei Áurea, em 1888, a produção de açúcar e cachaça em Paraty entrou em declínio. Dos mais de 150 engenhos existentes no século XIX, apenas três permaneceram ativos ao final do século XX. O século de abandono fez com que ficasse preservada toda a Vila de Paraty, como se o tempo ali tivesse parado. Um presente aos turistas e à história do Brasil<sup>125</sup>.

A preservação histórica do núcleo urbano original de Paraty foi um pano de fundo fundamental para o registro de sua Indicação Geográfica. Ainda de acordo com o registro, a IG foi um projeto encampado por um grupo de produtores locais, que “[...] motivado pela história da cachaça em Paraty, iniciou um processo de resgate da produção, fundando também a Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça de Paraty”<sup>126</sup>.

FIGURA 7.1. Alambique de cobre, preservado | FIGURA 7.2. Núcleo urbano original. (Paraty-RJ)



Fonte: SEBRAE (2016).

Os produtos de Paraty, registrados com a Indicação de Procedência são a cachaça, a cachaça envelhecida, a cachaça Premium e a aguardente da cana composta azulada. Atualmente, os produtores vendem praticamente toda a sua produção aos turistas que visitam

<sup>125</sup> SEBRAE, Op. cit., 2016, p. 32.

<sup>126</sup> Id. Ibid., p. 35.

a cidade. Além disso, trabalham num processo de proteção ao nome Paraty contra o uso indevido por produtores de fora da área delimitada.

Enquanto a cachaça de Paraty tem sua procedência reconhecida *no município*, as cachaças de Salinas e Abaíra englobam a *região* na qual se inserem. No caso de Salinas, embora o município seja cabeça de uma microrregião política, a Indicação de Procedência diz respeito, *claramente*, à chamada “Região de Salinas”, dentro da qual circunscrevem-se apenas algumas localidades, situadas no norte de Minas Gerais e no entorno do município:

[...] Delimitação: área geográfica delimitada para produção possui uma área total de 2541,99 km<sup>2</sup>, abrangendo a totalidade dos municípios de Salinas e Novorizonte e parte dos municípios de Taiobeiras, Rubelita, Santa Cruz de Salinas e Fruta de Leite, todos situados ao norte do estado de Minas Gerais<sup>127</sup>.

Outra lógica aplica-se à cachaça de Abaíra. Desta vez, o registo indica, textualmente, a *microrregião de Abaíra*, embora o município de Abaíra integre, politicamente, a mesorregião do Centro-sul baiano e a microrregião de Seabra. A referência a uma “microrregião” que, insiste-se, nomeia a indicação de procedência da cachaça, correlaciona-se com a entidade requerente: a Associação dos Produtores de Aguardente de Qualidade da Microrregião de Abaíra (Apama). Por sua vez, a área de delimitação corresponde a uma parte muito específica: “[...] está localizada na região da Chapada Diamantina, abrangendo parte dos municípios de Abaíra, Jussiapê, Mucugê e Piatã”<sup>128</sup>.

As indicações de procedência conferidas às cachaças de Salinas e de Abaíra, colocam uma reflexão importante acerca do que se compreende contemporaneamente por “regional” e seus correlatos, a região e a regionalidade. Como se pode observar, com os exemplos demonstrados acima, a delimitação “regional”, capaz de conferir o selo de procedência a uma determinada cachaça está para além dos limites geográficos e políticos.

Embora tenham origem na Geografia e expressem, inicialmente, limites naturais ou jurisdicionais, na interpretação contemporânea a região é compreendida em função de aspectos diferenciados, como fatores produtivos predominantes, fuga de fatores regionais de produção, demandas locais, articulações sociais, empreendimentos comuns, desafios competitivos e negociações com instâncias suprarregionais.

Destarte, Raimo Väyrynen<sup>129</sup> considera que a construção da região perpassa por

<sup>127</sup> Id., Ibid, p. 39.

<sup>128</sup> Id., Ibid, p. 27.

<sup>129</sup> VÄYRYNEN, Raimo. Regionalism: old and new. *International Studies Review*. v. 5, n. 1, mar. 2003, p. 25-51.

elementos de ordem econômica, política, social, cultural. Mas, também, de *ordem psicológica*, uma vez que ela pode ser entendida de forma abstrata, como uma “representação mental”. Desta forma, a *regionalidade* é entendida como:

[...] o conjunto das propriedades e circunstâncias econômicas e históricas que distinguem uma região, permitindo sua comparação com as demais regiões. Assim, a regionalidade constitui uma espécie de consciência coletiva que une os habitantes de uma determinada região em torno de sua cultura, sentimentos e problemas, tornando possível um esforço solidário pelo seu desenvolvimento<sup>130</sup>.

É em conformidade com a perspectiva exposta por Väyrynen que se entende os registros de procedência *regional* das Cachaças de Salinas e Abaíra. Em ambos os casos, a região celebrada possui um princípio de pertença fundamentalmente *cultural*, que extrapola os limites físicos e naturais.

No caso de Salinas, a “região” se constitui em torno de um município homônimo. Mas, se articula à introdução de duas variedades de cana no entorno – a caiana e a java – e, a partir delas, à uma cachaça quase mítica, a “Cachaça Havana”, produzida por Antônio Santiago (1912 -2002), a partir da década de 1940, na fazenda de mesmo nome.

Foi Balduino Afonso dos Santos, que em 1876, fugindo da seca da Bahia, se instalou as margens do rio Serra Ginete, trazendo para a região as primeiras mudas de cana-de-açúcar caiana. No início do século XX, já havia alguma produção em escala comercial no município, visto a qualidade da cachaça produzida. Na década de 1930, o fazendeiro João da Costa trouxe a variedade de cana Java. Esta se adaptou muito bem ao clima e solo, se espalhando rapidamente. As boas perspectivas para a fabricação tiveram início a partir da década de 1940, pelo fazendeiro Anísio Santiago, primeiro produtor a identificar e a legalizar a produção de cachaça artesanal. A experiência positiva proporcionou o surgimento de novos produtores, iniciando uma atividade que mudou todo o panorama econômico da região: a produção da cachaça<sup>131</sup>.

Em se tratando da cachaça de Abaíra, a região perpassa pela experiência sócio histórica dos sujeitos na Chapada Diamantina. Ali, entrecruzam-se o garimpo, a presença de grandes fazendas e fazendeiros, mas também um fortíssimo povoamento de comunidades quilombolas. Esta intersecção produziu figuras diferenciadas no cenário político da República Velha: negros e mestiços que, a despeito da cor, tornaram-se coronéis, com expressivo poder

<sup>130</sup> GIL, OLIVA e GASPAR, Op. cit., p. 16.

<sup>131</sup> SEBRAE, Op. cit., p. 38.

político e de mando. São os casos, por exemplo, do Coronel Francisco Dias Coelho e de seu afilhado, o poderoso Horácio de Mattos<sup>132</sup>.

Os primeiros habitantes da Chapada da Diamantina foram os índios. No século XVII, chegaram os negros e os portugueses, sendo gradativamente povoada por comunidades quilombolas e grandes fazendas. Não tardou a descoberta do ouro e do diamante, dando início ao ciclo do garimpo, perdurando por quase um século. No início do século XX, o ciclo do garimpo entrou em decadência e se iniciou a era dos coronéis. A principal figura desta época foi a do coronel Horácio de Mattos, com memoráveis participações históricas, incluindo a ligação com Lampião e a perseguição à Coluna Prestes. A história da produção da cachaça de alambique confunde-se com a história da região, com uma tradição de mais de 450 anos. No entanto, não há um consenso sobre o início da produção de cachaça: se foi por iniciativa dos escravos ou dos senhores de engenho<sup>133</sup>.

Neste ambiente ensimesmado, a cachaça produzida nos engenhos servia muito mais ao mercado consumidor interno, transitando em abundância na própria Chapada como aperitivo, mas também como alívio para os males do corpo. A “cachaça canforada”, mistura de aguardente e cânfora, era o principal remédio para o trato dos doentes, sobretudo aqueles acometidos pela varíola<sup>134</sup>.

FIGURA 8. Cachaça Abaíra (Chapada Diamantina, BA).



Fonte: Sebrae (2016).

<sup>132</sup> Ver: SAMPAIO, Moisés de Oliveira. *O coronel negro: coronelismo e poder no norte da Chapada Diamantina*. Dissertação (Mestrado em História Regional e Local) – Universidade do Estado da Bahia, Santo Antônio de Jesus, 2009.

<sup>133</sup> SEBRAE, Op. cit., 2016, p. 26.

<sup>134</sup> SAMPAIO, Ibid., p. 99.

A valorização do local e da região, como resultante do processo de globalização, terminou por cunhar um neologismo: a *glocalização*. A expressão, na verdade, é antiga. Remonta à década de 1980 e não apenas junta os termos “global + local”, mas expressa-se significativamente na importância das empresas pensarem em escala global e, ao mesmo tempo, se adaptarem à cultura de cada país. Este movimento permite a elas se aproximar, de forma efetiva, do público consumidor específico de cada localidade.

Bastante utilizado na ação de multinacionais, a *glocalização* também avaliza um movimento em sentido contrário, ou seja: o local e o regional se conectando com o mercado globalizado, devido à sua especificidade. No caso da cachaça, este aspecto se aplica muito bem à “Cachaça do Brasil” que disputa espaço no mercado internacional como um produto *brasileiro*.

Por outro lado, o mesmo raciocínio pode ser feito com relação ao disputadíssimo mercado interno. Do ponto de vista legal, um dos amparos da “glocalização” da cachaça é o reconhecimento do *terroir*, conferido através da Indicação Geográfica, discutida anteriormente. Também como se viu, até 2016 apenas três localidades haviam conquistado a indicação de procedência de suas cachaças e o consequente reconhecimento do seu *terroir*<sup>135</sup>.

Não obstante, dentro de um setor tão heterogêneo, no qual grandes grupos empresariais convivem com pequenos produtores familiares, o apelo à especificidade do local na maioria das vezes passa ao largo do amparo legal da “IG”. Logo, dezenas, *senão centenas* de localidades alardeiam suas próprias cachaças, amalgamando-as ao universo cultural no qual são produzidas, permitindo seu consumo *também* como atrativo turístico *daquela localidade*.

Como exemplo, destacam-se as sugestões oferecidas pelo *Guia Viagem e Turismo*, uma publicação online da Editora Abril. Em matéria de 2014, atualizada em 2017, a jornalista Julia Latorre apresenta “20 destinos ‘cachaceiros’ no Brasil”, nos quais procura selecionar “[...] os armazéns e alambiques mais legais de cidades que têm tradição com a cachaça”<sup>136</sup>. Os objetivos da matéria são claros: direcionar turistas brasileiros e estrangeiros para locais e cidades em que é possível apreciar o destilado também como experiência turística:

Por onde o turista brasileiro passa (e os gringos que visitam o Brasil também) existe uma lojinha pra comprar doces, camisetas e – sempre – cachaça. Não bastasse o sucesso dos empórios e armazéns, o Brasil tem uma

<sup>135</sup> Definido, no Brasil, como “território”, o *terroir* é elemento diferencial na representação da cachaça como *artesanal*. Por este motivo, será discutido com mais vagar no próximo capítulo.

<sup>136</sup> LATORRE, Julia. 20 destinos “cachaceiros” no Brasil. *Viagem e turismo*. São Paulo: Grupo Abril. Publicado em 5 set. 2014. [Atualização: 14 fev. 2017]. Disponível em: <https://viagemeturismo.abril.com.br/materias/destinos-cachaca-alambiques-brasil>. Acesso em 26 fev. 2019.

baita variedade de engenhos e alambiques cheios de história. Alguns são da época colonial, outros têm milhares de rótulos de cachaça, e a maioria permite a degustação do “néctar”. Foi pensando nos amantes de cachaça que selecionamos vinte destinos brasileiros com atrações cachaceiras (no bom sentido) bem bacanas que oferecem visitas e tem estrutura para receber turistas [...]”<sup>137</sup>.

No Sudeste, Paraty no Rio de Janeiro e Salinas em Minas Gerais são indicações óbvias. Mas, em São Paulo, Latorre indica *Monte Alegre do Sul*. Estância Hidromineral e integrante do circuito das águas de São Paulo, possui mais de 50 alambiques que, de acordo com a jornalista “produzem cachaça de primeira”.

FIGURA 9. Alambique Neno Campanari. Monte Alegre do Sul, SP.



Fonte: Latorre (2014).

A reportagem cita, entre os alambiques que podem ser visitados, o Neno Campanari (foto), Cantinho da Ni, Adega Peterlini, Adega Nono Rouxinolli, Adega do italiano, Adega Chora Menina e Espaço da Fonte. Já na página oficial de turismo do município, além de apresentar o “Roteiro da Cachaça”, projeto em que o turista pode percorrer a ‘Trilha da Cachaça’ e degustar a bebida, oferece-se um link exclusivo para os alambiques do município e da região, onde perfilam-se estas e outras marcas, com direcionamento para seus portfólios e lojas virtuais. As Figuras 10, apresentam alguns exemplos.

<sup>137</sup> Id. Ibid.

FIGURAS 10. Links da Página “Alambiques”. Webiste “Turismo em Monte Alegre do Sul”.

HOME A CIDADE EVENTOS SERVIÇOS E ATRATIVOS INFORMAÇÕES ÚTEIS ...

f i

**Brisa da Serra**  
DESTILARIA

**Alambique Artesanal - Cachaça Especial**  
Envelhecida em Barril de Carvalho  
Licores de Frutas Naturais  
**(19) 3899-1860**

**Adega do Italiano**  
Desde 1960

Casa da Cachaça - Cachaça Brisa da Serra

Adega do Camarguinho

Adega do Italiano

Desde 1932  
Cachaça  
**Campanari**  
PRODUZIDA POR  
"NENO" CAMPANARI  
Sítio Santo Antônio - Monte Alegre do Sul - SP  
Fone: (19) 3899-2583 / (709) 9841

**Alambique Tarcísio Ferreira**

**CHORA MENINA**  
BORIN  
Desde 1956  
CACHAÇA  
Chác. Santo Antônio - Monte Alegre do Sul - SP  
Fone: (19) 3899-1061

Alambique Neno Campanari

Alambique Tarcísio Ferreira

Cachaça Chora Menina

**Adega O Rancho**

**Adega Peterlini - Produtos Coloniais de Fabricação Artesanal**

**Adega Tício Roussignoli**

Cachaça Crippa

**BAR**  
da Fonte

Cachaça Modesta



Fonte: “Turismo em Monte Alegre do Sul” (2017).

Outros destinos são indicados por Latorre, percorrendo as diferentes regiões do Brasil: Bonito, em Mato Grosso do Sul, na *região Centro Oeste*; Canela e Capão da Canoa, no Rio Grande do Sul e Morretes, Paraná, na *região Sul*; Fortaleza no Ceará e Recife, em Pernambuco, na *região Nordeste*. Nesta última, indica-se o Museu da Cachaça, em Fortaleza, erguido na primeira destilaria da *Cachaça Ypióca* e, em Pernambuco, a indicação é para o espaço de produção e venda da *Cachaça Carvalheira*.

Conforme esclarece a autora, “[...] a cachaçaria Carvalheira, em Recife (PE) tem a fábrica, uma loja e um salão abertos a visitas. O carro-chefe da casa é a cachaça Extra Premium, que vem rotulada com foto da família portuguesa, que inspirou o nome da marca e um pedido de casamento do patriarca à matriarca, datada de 1870”<sup>138</sup>.

Além da sugestão publicada pelo *Guia Viagem e Turismo*, da Abril, o site *Viaje Leve* também coloca Recife e a Cachaçaria Carvalheira entre seus roteiros. Além de oferecer opções de hotéis e sugerir passeios no Centro Histórico da capital pernambucana, a matéria assinada por Flávio Mendes, em 2016, apresenta um *tour* pela fábrica da Carvalheira, seus espaços de produção, degustação e eventos. Acerca destes últimos, o autor dá conta de que:

A Carvalheira ainda organiza diversos eventos durante todo o ano como as *festas de carnaval* chamado *Carvalheira na Ladeira* que acontece durante 4 dias em Olinda. Também organiza as festas de *São João* e eventos em sua fábrica como uma *feita a fantasia all-inclusive*. Alguns eventos são organizados dentro da própria fábrica da Carvalheira, que tem capacidade para 2500 pessoas e conta com estrutura de bares, palco e banheiros (Grifos do autor)<sup>139</sup>.

<sup>138</sup> Id. Ibid.

<sup>139</sup> MENDES, Flávio. Cachaça Carvalheira: um role pela fábrica da Carvalheira. *Viaje Leve*. Postado em: 1 fev. 2016. Disponível em: <https://www.viajeleve.net/cachaca-carvalheira-um-role-pela-fabrica-da-carvalheira>. Acesso em: 22 fev. 2019.

FIGURAS 11. Espaço de Eventos na Fábrica Carvalheira. Recife, PE, 2016.



Fonte: Mendes (2016).

Nos casos discutidos acima, a produção e o consumo da cachaça agregam valor simbólico *aos lugares*. Inserida nestes, integra-se um projeto de valorização do local – a cidade, o espaço, a região –, destacando-se as suas peculiaridades, numa ação de marketing conhecida como *place branding*. O termo se relaciona com a ideia de que os lugares competem uns com os outros por consumidores, recursos e negócios. Nesse sentido, a ação de *place branding* pode recair tanto na marca da “nação”, quanto da “cidade” ou da “região”. Trata-se de uma rede de associações, conforme definem Zenker e Braun:

Uma marca de lugar é uma rede de associações na mente dos consumidores, baseada na expressão visual, verbal e comportamental de um lugar e de seu público alvo. Essas associações diferem em sua influência dentro da rede e em importância para a atitude e comportamento do consumidor local<sup>140</sup>.

As ações de *place branding* têm por objetivo afetar as percepções de um lugar e posicioná-lo favoravelmente, nas mentes dos grupos-alvo. Perpassam por uma série de estratégias, inclusive governamentais, com a intenção de projetar e gerenciar percepções sobre lugares. Considerados desta forma, lugares específicos, cidades, países e regiões podem ser tratados como “marcas”, desde que sejam percebidos como tais.

Um dos eixos centrais da abordagem de *place branding* é a identificação da “vocação” do lugar. Mediante pesquisas aprofundadas, são mapeados vetores econ micos, existentes e possíveis, bem como a *identidade do lugar*, entendida, por sua vez, como reflexo da identidade da própria popula o. Desta forma, embora o direcionamento da abordagem se assente numa série de interconexões – nas quais se observa o investimento dos produtores

<sup>140</sup> ZENKER, Sebastian; BRAUN, Erik. Questionando uma marca de cidade “one size fits all”: Desenvolvendo uma estratégia de marca para gerenciamento de marca de local. *Journal of Place Management e Desenvolvimento*. 10 (3), p. 275, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/JPM-04-2016-0018>. Acesso em 14 fev. 2019.

locais, as vontades políticas, as associações, o mercado, as perspectivas turísticas, etc. – existe um elemento fundamental e necessário na abordagem de *place branding*, que preexiste às suas ações e sem o qual ele não é possível: *a cultura*.

Importa lembrar que, por seu turno, a identificação cultural dos sujeitos é, em si, construída ao longo do tempo, portanto historicamente. É através dela que se amalgamam ações direcionadas à valoração do produto e do lugar no qual ele é produzido, tornando-o simbolicamente único e específico. E, como tal, apto a disputar um mercado globalizado, colocando-se nele a partir da sua própria especificidade.

Como se viu, diferentes elementos compõem as representações positivadas da cachaça, seja como nacional, seja como regional. No primeiro caso, observou-se a musealização de objetos ligados à produção da cachaça, autorizados a serem apresentados ao público como indícios de uma memória nacional. Observou-se, ainda, como os diferentes expedientes utilizados pelos sujeitos ligados ao *Organizing* definem a autenticidade da cachaça nacional. Por outro lado, em se tratando da cachaça regional, a despeito de ser brasileira, ancora a sua representação justamente na especificidade. Como tal, é oriunda de uma determinada região ou localidade, definida culturalmente e valorizada através de mecanismos legais e de investimento publicitário. A seguir, serão destacados alguns dos elementos que compõem, autorizando e reafirmando, as representações igualmente positivadas da cachaça artesanal e da cachaça *gourmet*.



FIGURA D. Cachaca "Maria Andante". Fonte: Mercado Livre (s.d.).

### CAPÍTULO 3. CACHAÇA ARTESANAL E CACHAÇA *GOURMET*

O objetivo do presente capítulo é refletir sobre duas outras representações identificadas no *organizing* da cachaça: a cachaça artesanal e a cachaça *gourmet*. Para tanto, em primeiro lugar, procura-se identificar os elementos que, do ponto de vista da produção, diferenciam a cachaça artesanal da cachaça industrial, bem como a interpretação que se faz dela dentro dos setores produtivos. A partir destas considerações, discute-se os elementos que conformam a representação da cachaça como artesanal, destacando-se os aspectos relacionados ao *terroir*, o “território” englobado pelo solo e pela cultura, no qual se produz a cachaça artesanal. Este território, amálgama de condições naturais e “saber fazer”, integra a cachaça como patrimônio imaterial de cultura. Além disso, ao conformar a definição da artesanaria de determinada *região* ou *localidade*, transversaliza a representação da cachaça artesanal também como regional.

Em um segundo momento, procura-se discutir o movimento de gourmetização da cachaça, ou seja: a construção de nova representação da bebida, agora como produto refinado. Neste processo destaca-se os investimentos midiáticos, a criação de espaços diferenciados de consumo, a promoção de novos profissionais e também a “transversalidade” da representação que “gourmetiza” a cachaça artesanal.

#### **3.1. A cachaça artesanal**

Dentro do complexo processo cultural de *organizing*, as práticas que produzem a *cachaça artesanal* também produzem a sua representação. Observe-se, porém, que embora a representação da cachaça como *artesanal* não seja, necessariamente, uma representação que se oponha à “*cachaça nacional*”, em muitas vezes estas colidem.

Ocorrem situações nas quais se trava um embate no campo *normativo*, posto que *nem todas as cachaças artesanais* são legalizadas e, sob o ponto de vista dos sujeitos que definem a autenticidade da cachaça nacional pelo amparo legal, muitas marcas seriam, assim, “falsificações”.

Por outro lado, a cachaça artesanal é, via de regra, produzida em *determinada localidade*, seja esta uma região ou um município. Por este motivo, não é raro encontrar-se no interior do *organizing* posicionamentos que, em defesa da *cachaça nacional*, desconsideram a cachaça produzida *artesanamente* e também *em determinada região*. É esta, por exemplo, a

posição do já citado Sujeito 5, ouvido pela pesquisa em 2016, quando ocupava o cargo de Diretor executivo do Instituto Brasileiro da Cachaça:

[...] Não acredito que sejam interessantes campanhas que falam da cachaça de “um lugar”. A cachaça é do Brasil. E há diferentes tipos de cachaça e uma não é melhor que outra por conta do tipo. Há cachaças boas e ruins e boas e ruins em todos os lugares. A cachaça feita em alambique de cobre não é melhor que a de coluna. Simplesmente não é. Não acredito em campanhas publicitárias que não valorizam a cachaça como produto nacional<sup>141</sup>.

Uma vez associada ao local e à região, a cachaça artesanal integra o vasto universo das especificidades regionais e do “saber fazer”. Como produto característico de determinada localidade, aproxima-se do *terroir*, palavra francesa que, inicialmente, foi utilizada para caracterizar vinhos produzidos em determinadas regiões<sup>142</sup>.

*Terroir* é frequentemente utilizada para valorizar diferenciados produtos que trazem singularidades em seu sabor ou aroma, como próprios de um lugar: confere identidade, tipicidade e exprime a relação intrínseca entre o produto, a “terra” e a “gente da terra” que o cria. Logo, são características atribuídas a fatores de composição da terra onde se planta a matéria prima; os fatores climáticos que interferem em amadurecimento, cura ou envelhecimento do produto e mesmo fatores humanos que caracterizem uma distinção na forma de produzir.

No Brasil, o reconhecimento legal de produto com *terroir* próprio vem por Indicação Geográfica, a “IG”. Por aqui, todavia, a expressão foi aportuguesada para *território*, procurando guardar as devidas semelhanças com os sentidos originais conferidos ao “terroir”. Não obstante, o termo também guarda uma carga conceitual própria, pois dialoga com o mundo globalizado e a inserção nele dos produtos com “especificidades regionais”. Neste sentido, de acordo com Valdir Roque Dallabrida:

[...] o território hoje deve ser entendido como uma síntese de quatro grandes características: a) o território expressa, em um determinado momento, um complexo e dinâmico conjunto de relações sócioeconômicas, culturais e políticas, historicamente desenvolvidas e contextualmente espacializadas, incluindo sua perspectiva ambiental; b) em função das diferentes formas de combinação temporal e espacial das relações acima citadas, os territórios

<sup>141</sup> SUJEITO 5. [Diretor executivo do IBRAC – Instituto Brasileiro da Cachaça]. *Entrevista*. [Entrevista cedida a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital. Brasília, 10 de novembro de 2016.

<sup>142</sup> O site do *Institut National de L’Origine et la Qualité* (INAO) apresenta uma série de diretrizes e normativas para o estabelecimento da identificação da qualidade e da origem dos produtos. Veja o site em: [www.inao.gouv.fr](http://www.inao.gouv.fr). Além destes documentos, também oferece artigos e referências importantes para a compreensão histórica do processo de delimitação de origem dos vinhos, na qual se insere o aspecto relativo ao *terroir*. Dentre a bibliografia sugerida, veja: FANET, J. *Les terroir du vin*. Paris: Hachette, 2002.

apresentam, por conseguinte, grande diversidade, com fortes características identitárias e isto envolvendo diferentes escalas; c) os territórios assim identificados tendem, potencialmente, a apresentar laços de coesão e solidariedade também estimulados e dinamizados pelo crescimento das competitivas relações entre diferentes unidades territoriais no contexto da globalização; d) assim, em termos dinâmicos, os territórios tendem a valorizar agora suas vantagens (e possibilidades) comparativas através de formas organizacionais sociais, institucionalmente territorializadas, capazes de promover uma inserção competitiva e bem sucedida nas novas e dinâmicas relações sócio-econômicas, culturais e políticas contemporâneas, em uma escala global<sup>143</sup>.

Como discutido anteriormente, a Indicação Geográfica é homologada pelo INPI, consistindo em duas formas diferentes: a Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO). Em ambos os casos se considera a pertinência do *território*, como elemento diferenciador da Indicação. No entanto, é a *Denominação de Origem* que congrega de forma mais incisiva os aspectos relacionados originalmente ao *terroir*:

Por IP, entende-se o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tornou conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço. E, por DO, o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos<sup>144</sup>.

De acordo com Lea Lagares, Vinícius Lage e Christiano Lima Braga, a diferença singular entre as formas de Indicação Geográfica está associada às características e peculiaridades físicas e humanas potencializadas pelo território, que podem designar uma *Denominação de Origem*, enquanto que para a *Indicação de Procedência* é suficiente a vinculação do produto ou serviço a um espaço geográfico, independentemente de suas características e qualidades intrínsecas<sup>145</sup>. Dito de outra forma, conforme as palavras de Viviane Gurgel:

<sup>143</sup> DALLABRIDA, Valdir Roque. Território e desenvolvimento sustentável: Indicação Geográfica da erva-mate de ervais nativos no Brasil. *Informe Gepec*, Toledo, v. 16, n. 1, 2012, p. 44. Disponível em: <https://www.unc.br/mestrado/docs/ARTIGO-DESENVOLVIMENTO-SUSTENTAVEL-E%20IG-GEPEC.pdf> Acesso em 2 maio 2019.

<sup>144</sup> INPI. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. *Indicação Geográfica no Brasil*. Atualizado em 08 mar. 2019. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/indicacao-geografica-no-brasil> Acesso em 29 abr. 2019.

<sup>145</sup> LAGARES, Lea; LAGES, Vinícius; BRAGA, Christiano Lima (org.). *Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: Indicações Geográficas e certificações para competitividade nos negócios*. Brasília: SEBRAE, 2006.

[...] entende-se a indicação de procedência como um conceito a partir da excelência, peculiaridade ou especialização de uma expertise que não está vinculada a uma reunião de fatores locais relacionados a especificidades geológicas, fisiográficas, edafoclimáticas ou humanas. Na indicação de procedência, o relevante é a notoriedade qualitativa que se atingiu no desenvolvimento de determinado produto ou serviço não relacionado a especificidades dos recursos naturais e humanos; ou seja, as especificidades, relacionadas ao clima, solo, geografia, qualidade da água, bioma e culturais da população local, são essenciais. Quando se trata de Denominação de Origem, ocorre a necessidade de preenchimento de requisitos de qualidade do tipo que caracterizam o produto, determinados pelo INPI e preconizados no artigo 182 da atual Lei de Propriedade Industrial. Exigência esta de demonstração de qualidade não requerida aos produtos e serviços afeitos à indicação de procedência<sup>146</sup>.

Até 2014, o Brasil possuía os seguintes produtos com indicação por Denominação de Origem: o arroz do Litoral Norte Gaúcho, no Rio Grande do Sul (2010); os camarões da Costa Negra, no Ceará (2011); a própolis vermelha e o extrato de própolis vermelha, dos Manguezais de Alagoas, em Alagoas (2012); o Gnaisse fitado de coloração branca e pontos vermelhos, da Região Pedra Cinza no Rio de Janeiro (2012); o Gnaisse fitado milonítico de coloração branca e pontos vermelhos, da Região Pedra do Carijó, no Rio de Janeiro (2012); o Gnaisse fitado de coloração branca e pontos vermelhos, da Região Pedra Madeira, no Rio de Janeiro (2012); o café da Região do Cerrado Mineiro, em Minas Gerais. No âmbito das bebidas, apenas os vinhos (tinto, branco e espumante) do Vale dos Vinhedos, no Rio Grande do Sul, são agraciados com o certificado de Denominação de Origem, conferido em 2012.

No que diz respeito à Denominação de Origem da Cachaça Artesanal, Peter Moon assevera que “[...] desde os anos 1990, diversos grupos de pesquisa tentam desenvolver marcadores químicos que possam tanto tipificar a cachaça nacional quanto traçar a sua origem geográfica, a região e o estado onde é produzida”<sup>147</sup>. No entanto, a empreitada esbarra na heterogeneidade de produção das mais de 7 mil marcas comercializadas no Brasil. Ainda de acordo com o levantamento realizado por Moon, a cachaça artesanal produzida nas diferentes regiões do Brasil possui mais de 300 compostos químicos, espalhados pelas diversas formas de produção:

<sup>146</sup> GURGEL, Viviane Amaral. Aspectos jurídicos da Indicação Geográfica. In: LAGARES, Lea; LAGES, Vinícius; BRAGA, Christiano Lima (org.). *Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: Indicações Geográficas e certificações para competitividade nos negócios*. Brasília: SEBRAE, 2006, p. 58-71.

<sup>147</sup> MOON, Peter. A busca de uma denominação de origem da cachaça. *Agência Fapesp* [online]. Postado em 28 de janeiro de 2016. Disponível em: <http://agencia.fapesp.br/a-busca-de-uma-denominacao-de-origem-da-cachaca/22606/>. Acesso em 30 abr. 2019.

Como no Brasil não existe um padrão para a fabricação de destilado de cana-de-açúcar, diversos processos regionais e até mesmo locais são usados, gerando destilados com diferentes perfis sensoriais e químicos [...] A cachaça possui mais de 300 compostos químicos. A distinção que estabelecemos é baseada na análise quantitativa desses compostos químicos e como variam as proporções dessas concentrações nas diferentes amostras. [...] Até o presente, os estudos sobre a química da cachaça permitiram estabelecer a diferenciação química entre o rum (produzido a partir do melaço da cana) e a aguardente e a cachaça (feitas a partir do caldo de cana); reconhecer se o destilado foi preparado com cana-de-açúcar queimada ou não; identificar que tipo de levedura (comercial ou natural) foi usado na preparação do mosto; distinguir entre o produto de alambique e os produtos de coluna; identificar os métodos de “corte” usados durante a destilação em alambiques; observar a adição de caramelo e a sua concentração; e, por fim, verificar que tipo de madeira foi usado para o envelhecimento do destilado<sup>148</sup>.

A despeito da inexistência de uma certificação de Denominação Geográfica, utiliza-se de forma ampla a ideia de “território” para demarcar a especificidade da produção – inclusive regional – de diferentes cachaças no Brasil. Para além do âmbito acadêmico e institucional, diferentes debatedores já se dedicaram a discutir o *terroir* da cachaça. Felipe Januzzi, por exemplo, articulista site “Mapa da Cachaça”, em artigo de 2014, intitulado “O território (*terroir*) da cachaça”, defende que um “território cachaceiro” é definido pela confluência de três elementos: a ambiência, a herança regional e a organização de produtores. Para o autor, o aspecto político, configurado na organização, é fundamental para a demarcação do “território”:

Se existe um aspecto físico do terreno e um místico da herança regional, há também um viés político dentro do conceito de território. A organização política acontece quando os fatores ambientes e as receitas culturais de produção de uma região favorecem a criação de aglomerados de pequenas e médias empresas individuais ou familiares. É a união desses produtores regionais, associados à identidade cultural e sem necessariamente se comprometer com uma divisão do Estado, que fortalecerá a identificação de um território<sup>149</sup>.

A referência ao “território” também integra as Indicações de Procedência, conferidas pelo INPI às cachaças de Paraty, Abaíra e Salinas. Todavia, a descrição que mais se aproxima da noção original de *terroir*, diz respeito à cachaça artesanal de Salinas.

---

<sup>148</sup> Id. Ibid.

<sup>149</sup> JANUZZI, Felipe. O território (*terroir*) da cachaça. *Mapa da cachaça*. Postado em 28 out. 2014. Disponível em: <http://www.mapadacachaca.com.br/artigos/o-territorio-terroir-da-cachaca>. Acesso em 10 jan. 2019.

Enquanto que para Abaíra o SEBRAE indica genericamente a existência de “[...] uma estação muito seca dos meses de abril a outubro, e outra estação muito chuvosa entre novembro e março” e para Paraty “[...] o clima e o solo ideais para a plantação de cana de açúcar”, em se tratando de Salinas diz-se do seu território e do produto fabricado nele:

A principal característica da sua produção é a uniformidade do solo e o clima semiárido. A região apresenta baixo índice pluviométrico, com média anual de 700 mm. As chuvas vão de novembro a março, época ideal para o plantio da cana-de-açúcar. O uso de variedades de cana-de-açúcar apropriadas, o fermento orgânico natural, a higiene dos alambiques e a tradição dos produtores são fatores que fazem a diferença no processo da produção da cachaça artesanal. [...] A cachaça artesanal da Região de Salinas é obtida da destilação do mosto fermentado da cana-de-açúcar, produzida exclusivamente em alambiques e condensadores de cobre. É um produto tipicamente artesanal. Embora haja outras espécies de cana na região, a Java, desde a década de 1930, é a principal variedade usada na produção. Apesar da implementação de novas tecnologias, em benefício da estrutura de produção, o método ainda é passado de geração a geração. Pode-se afirmar que as marcas das cachaças da Região de Salinas são as mais famosas do Brasil.<sup>150</sup>

A ideia de que as cachaças artesanais de Salinas possuem *terroir* integra a representação que se faz delas pela Associação dos Produtores Artesanais de Cachaça de Salinas (Apacs), e que congrega cerca de 50 empresas da região, sendo 25 com selo regional.

FIGURA 12. Cachaças Artesanais de Salinas



Fonte: M3 Vídeo (2018)

Cachaça artesanal e regional, o que a diferencia das demais, segundo o jornalista Dirley Fernandes, colunista do site *Devotos da Cachaça* é, justamente, o seu *terroir*:

<sup>150</sup> SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Indicações geográficas brasileiras: cachaça* = Brazilian geographical indications: cachaça = Indicaciones geográficas brasileñas: cachaza. Brasília: Sebrae, INPI, 2016, p. 40-41.

[...] aquela região tem uma característica própria [...] são cachaças que tiveram esse padrão de qualidade desde os anos 40, por conta do capricho e do cuidado em cada etapa de produção. [...] além de terem esse padrão de qualidade altíssimo, são potentes, com um teor alcoólico mais alto e um sabor muito tradicional [...] isso, que a gente chama de *terroir*, o método de produção, é que faz a diferença das cachaças de Salinas. Existem regiões produtoras tão boas quanto, mas não tem nenhuma região produtora de cachaça tão fértil e que multiplica tantas cachaças boas quanto Salinas<sup>151</sup>.

Entre práticas e representações, toda cachaça é nacional. Da mesma forma, toda cachaça artesanal é também uma cachaça regional. Mas, nem toda cachaça regional é, reciprocamente, uma cachaça “artesanal”. A diferença se encontra nos modos de fazer, os quais diferenciam a bebida artesanal da bebida industrial<sup>152</sup>.

De um modo geral, as cachaças se diferenciam pela maneira com que são produzidas. Se destiladas em “colunas de inox”, são industrializadas e se destiladas em “alambiques ou engenhos de cobre” são artesanais. A produção industrial é controlada por empresas e a cana-de-açúcar é cultivada em grandes áreas. Já a artesanal, conforme aponta Afra Gabriel, pode se dar em um pequeno alambique familiar, denominado engenho<sup>153</sup>. Também de acordo com a autora, além disso, é produzida com matéria prima oriunda de plantações próprias, onde normalmente não se utilizam agrotóxicos. A colheita é manual e não há queima da cana<sup>154</sup>.

---

<sup>151</sup> FERNANDES, Dirley. [Vídeo]. Colunista do site Devotos da Cachaça. Registrado por: *Agência IBGE notícias*, [S.l.], 21 jul. 2017.

<sup>152</sup> Para Peter Moon, no artigo já citado *A busca de uma denominação de origem da cachaça*, a cachaça produzida industrialmente não é ‘cachaça’ e, sim, *aguardente*, devido ao seu alto teor alcoólico. Por outro lado, o mesmo autor também considera que as cachaças artesanais podem ser destiladas também em colunas e não apenas em alambiques. Todavia, a pesquisa não encontrou a diferenciação apontada por Moon nas práticas e representações estudadas e que compõem o *Organizing* da cachaça. Ver: Moon, Op. cit., 2016.

<sup>153</sup> GABRIEL, Afra Vital Matos Dias. *Influência do tipo de fermento e do envelhecimento sobre a qualidade da cachaça artesanal orgânica*. Dissertação (Mestrado em Ciências Agrárias) – Universidade Federal de São Carlos, Araras, SP, 2010.

<sup>154</sup> A expressão “queima da cana” refere-se à queima da palhada de cana com o objetivo de facilitar as operações de colheita, sendo uma prática muito comum no Brasil. Vale lembrar que no Estado de São Paulo, onde se concentra a produção industrial de cachaça, ações de entidades ambientais originaram a Lei da Queima da Cana – Lei Estadual nº 11.241/2002 – que trata da queima controlada da cana-de-açúcar para despalha e de sua gradual eliminação. Conforme a lei, as queimadas estão proibidas dentro dos seguintes limites: a um quilômetro do perímetro urbano ou de reservas/locais ocupados por indígenas; a 100 metros de locais de domínio de subestação de energia elétrica; a 50 metros de reservas, parques ecológicos e unidades de conservação; a 25 metros de áreas de domínio de estações de telecomunicação; a 15 metros de faixas de segurança de linhas de transmissão e distribuição de energia elétrica e de áreas ocupadas por rodovias e ferrovias. Ainda de acordo com a legislação pretende-se que a queima da cana esteja 100% eliminada no Estado até 2031. Cf. SÃO PAULO. Lei nº 11.241 de 19 de setembro de 2002. Dispõe sobre a eliminação gradativa da queima da palha da cana-de-açúcar e dá providências correlatas. *Diário Oficial Executivo*. São Paulo, 20 set. 2002, p. 2. Disponível em: <http://dobuscadireta.imprensaoficial.com.br/default.aspx?DataPublicacao=20020920&Caderno=EXECUTIVO%20SECAO%20I&NumeroPagina=2>.

Geralmente os produtores de cachaça artesanal são representados por empresas familiares, que muitas vezes têm na produção da cachaça uma complementação de renda, pois a mesma se associa com outras atividades agrícolas como milho, feijão, café, leite<sup>155</sup>.

Segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, em relatório de 2010, os produtores denominados “artesanais” são pequenos produtores que destilam a cachaça em alambiques, com uma produção anual de até 20.000 litros. Além disso, no ano do referido relatório, a produção anual estimada dos pequenos produtores foi de 300 milhões de litros<sup>156</sup>.

Com relação aos aspectos que demarcam os modos de fazer da cachaça artesanal, vários elementos retroalimentam na prática, a sua representação. Eles podem ser observados no comparativo com os elementos que caracterizam a produção industrial, conforme demonstra o Quadro 4, a seguir:

QUADRO 4. Aspectos da produção da cachaça artesanal e da cachaça industrial

| Cachaça Artesanal                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ▪ Produção em menor escala (centenas ou dezenas de litros)                                                                                            |
| ▪ Tendência para o cultivo da cana de açúcar sem agrotóxicos                                                                                          |
| ▪ Processo de colheita sem a queima da palha                                                                                                          |
| ▪ Utilização apenas do caldo da cana (garapa), sem o bagaço                                                                                           |
| ▪ Fermentação natural com leveduras selvagens ou selecionadas<br>*Pode-se utilizar ou não o fubá de milho, arroz, soja ou mandioca durante o processo |
| ▪ Destilação em alambique de cobre                                                                                                                    |
| ▪ Envelhecimento em barris de madeira, por longo período, determinando naturalmente o aroma, a cor e o sabor.                                         |
| Cachaça Industrial                                                                                                                                    |
| ▪ Produção em larga escala (milhões de litros)                                                                                                        |
| ▪ Fermentação com antibióticos e produtos químicos                                                                                                    |
| ▪ Destilação simples, em colunas de destilação em aço inox                                                                                            |
| ▪ Descanso em barris de inox                                                                                                                          |
| ▪ Adição de açúcar para agregar sabor                                                                                                                 |

Fonte: Elaborado pela autora, com dados da pesquisa (2017)

<sup>155</sup> SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Cachaça artesanal. *Estudos de mercado SEBRAI/ESPM, 2008*. Relatório Completo. Brasília, 2008.

<sup>156</sup> SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Cachaça: um negócio brasileiro*. 2. ed. São Paulo: Ramos, 2010.

A título de elucidação de ambos os métodos, as imagens adiante ilustram os dois processos de destilação, que diferenciam a produção industrial, em larga escala, da produção artesanal. A primeira imagem refere-se à destilaria da unidade de Lajeado (RS), pertencente à Companhia Müller de Bebidas e que produz a “Cachaça 51”:

FIGURA 13. Destilaria de coluna. Cia Müller, Lajeado, RS.



Fonte: Companhia Müller de Bebidas (s.d.).

A próxima imagem apresenta a destilaria da Middas, localizada em Dracena, SP, que produz a cachaça artesanal Middas “Golden Touch”:

FIGURA 14. Destilaria de alambique. Cachaça Middas, Dracena, SP.



Fonte: Middas (2015)

Vale lembrar que a cachaça artesanal é composta pelo produto que sai *no meio do* processo de destilação, o que não ocorre na produção industrial. Esta parte é chamada de *Coração da Cachaça*. As partes que saem no início (*cabeça*) e no fim (*caldá*) da destilação podem conter elementos perigosos à saúde e sua separação correta é imprescindível para a obtenção de um produto de qualidade. Não por acaso, ao conferir a Indicação de Procedência à cachaça artesanal de Abaíra, o INPI faz a seguinte ressalva: “[...] Na destilação, as porções denominadas cauda e cabeça são descartadas, e somente a porção coração (que é a verdadeira cachaça de qualidade) poderá ser armazenada, envasada e rotulada com a Indicação de Procedência (IP) Microrregião de Abaíra”<sup>157</sup>.

O cuidado com a qualidade da cachaça artesanal, elemento fundamental na construção da sua representação, responde às prerrogativas de um mercado cada vez mais exigente de produtos diferenciados. Este diferencial, todavia, não se circunscreve exclusivamente às delimitações regionais e ou locais, mas agrega aspectos que diferenciam a sua produção. O mercado globalizado busca, especialmente, por produtos que se separam da produção em larga escala, repetitiva e industrial. Neste sentido, a ideia de qualidade é aproximada do artesanal, sendo determinada por um *saber fazer específico*, perdido na consolidação da grande indústria e revalorizado no mundo contemporâneo. Sob este ponto de vista, a cachaça artesanal se adequa aos novos tempos e prerrogativas do mercado, conforme interpreta Mônica Abdala:

[...] A cachaça também mostra uma trajetória de adequação nos modos de produzir, como ocorre nos casos dos doces e das quitandas. É uma bebida de origem popular, que no período colonial destinava-se ao abastecimento de escravos e animais. Embora ainda existam alambiques voltados apenas ao consumo doméstico ou à venda clandestina – realidade que durou mais de um século, durante o período de extração mineradora no séc. XVIII –, há uma tendência ao aperfeiçoamento e investimento em qualidade por parte de um número significativo de fabricantes. Investe-se em aprimorar a produção artesanal, resultando numa bebida melhor e, conseqüentemente, ocorre ampliação do consumo, embora o preço seja maior do que aquele das bebidas tradicionalmente consumidas em vendas e botecos, muitas vezes de baixa qualidade<sup>158</sup>

Todavia, é importante ressaltar que, na condição de produto, a cachaça artesanal é *datada*, pois foi apenas a partir dos anos de 1990 que o mercado passou a receber a categoria *cachaça artesanal*.

---

<sup>157</sup> SEBRAE, Op. cit., 2016, p. 29.

<sup>158</sup> ABDALA, Mônica Chaves. Saberes e sabores: tradições culturais populares do interior de Minas e de Goiás. *História: questões & debates*, Curitiba, n. 54, jan./jun. 2011, p. 154.

Como categorização de um produto que guarda as suas especificidades, a representação da cachaça como artesanal é, *também*, uma construção datada, e que se apropria da representação de bebida produzida pela economia de subsistência para oferecê-la a um segmento específico do mercado, composto por um novo consumidor e por uma nova forma de consumir. Desta feita, a escala de produção artesanal *em muitos casos* se aproxima da produção *industrial*, embora a sua *representação* permaneça articulando-a aos elementos caracterizadores do “artesanal”.

Este novo artesanal está envolto em estratégias criadas para o mercado, dentre as quais citam-se a apropriação das tradições, da ruralidade e a diferenciação que se faz dessa produção de outras competidoras. Logo, o processo de criação da “cachaça artesanal” se dá num momento histórico em que são criadas estratégias de apropriação de uma memória rural e nostálgica, inclusive com a intenção de colocar no mercado uma bebida que responda às expectativas de um determinado segmento consumidor, disposto a pagar mais pela *qualidade* representada pelo *artesanal*.

Dentre os produtores artesanais ouvidos pela presente pesquisa, o Sujeito 1 compreende que todos os elementos que cercam a experiência de vida no local de produção da sua cachaça, imprimem à ela a qualidade que a diferencia. Em uma fazenda com mais de 100 hectares, dentro dos quais são protegidas 20 nascentes perenes, disse:

[...] Por que a [cachaça que produz] é boa? É porque o [Sujeito 1] mora na roça? É. É por isso. Pronto. Porque eu gosto de roça. Onde é que tá o sucesso? Porque o [Sujeito 1] gosta de roça, mora na roça e dorme na roça. Eu não estou aqui por necessidade. Eu tô aqui por prazer. Eu tô aqui por prazer. Então eu tenho meus hobbies, meus javalis tão ali, meus patos, meus queijos. É só lazer bobo. Pescaria não precisa de eu morar em Belo Horizonte, precisa? [...] Então é isso, minha vida é isso aqui. Sem revolta... né?! Porque o cara fala assim: ah, o [Sujeito 1] apaixonou, desiludiu da vida e foi pra roça. Pelo contrário, eu enchi de ilusão, de alma nova e vim pra roça. Falei: o que eu vou fazer? Eu vou fazer cachaça. Eu assumi essa empresa da porteira pra dentro. Depois que eu carrego o container aqui, se eles quiserem jogar ele fora... eu não quero nem saber o que eles vão fazer com ela. Eu faço tudo que o mundo encomenda, dou conta de fazer. Eles [sócios no mercado externo] têm confiança de vender<sup>159</sup>.

O apelo ao rústico e ao tradicional, a celebração do “antigo” e de todo um modo de vida ligado às “artes do fazer” podem ser observados nos registros a seguir, feitos pela pesquisa nas instalações de produção, venda e veiculação simbólica de uma cachaça artesanal:

---

<sup>159</sup> SUJEITO 1. [Produtor e fundador da AMPAQ]. *Registro de conversa*. [Registro cedido a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital. Nova União, 12 de março de 2017.

FIGURAS 15. Instalações de produção de cachaça artesanal, 2017.



15.1. Área verde



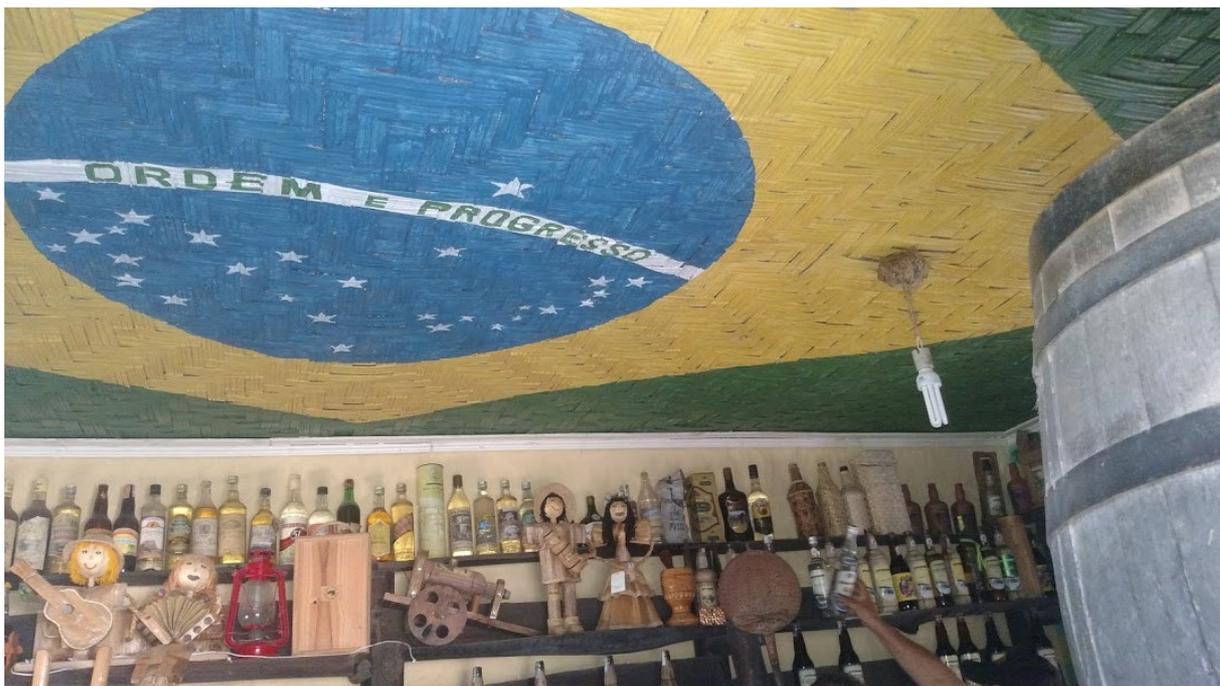
15.2. Alambique



15.3. Toneis de envelhecimento



15.4. Cachaças à venda



15.5. Detalhe da Lojinha de cachaça: artesanato em palha e madeira.



15.6. Registro de Conversa

Um dos apelos desta marca é ser a “cachaça da palha”. Este aspecto, que também imprime ao produto a sua representação de *cachaça artesanal*, é rigorosamente respeitado na embalagem. Mesmo assim, não obsta à esta marca a produção de rótulos específicos, celebrativos de figuras públicas, famosas especialmente na mídia; ou de encomendas pessoais como a cachaça produzida e embalada especialmente para o cantor Eduardo Costa.

#### 15.7. Rótulos especiais



#### 15.8. Rótulo: Eduardo Costa



A produção de cachaça artesanal compartilha de uma longa narrativa cultural que diz respeito à *artesanía* na produção. Neste processo está em jogo, como elemento de distinção, *possuir e saber* usar os utensílios certos bem como dominar as técnicas adequadas a cada preparo, a receita de fermento, as madeiras para envelhecer, entre outros. Nessa narrativa, a transição do “privado para o público” parte de um tempo em que se fazia tudo “em casa”, a começar da matéria-prima, a cana-de-açúcar, plantada pelo próprio produtor.

Logo, “antigamente”, a cachaça era produzida em pouquíssima escala e repassada aos familiares e amigos próximos. Só depois, amplia-se a produção/reprodução da tradição culinária de uma família ou mesmo de uma região, embora haja espaço para as pessoas/empresas se singularizarem através de seus segredos e toques especiais. Este ponto parece estar relacionado à busca por uma memória gastronômica, que recupera gostos, sabores e técnicas tradicionais hoje valorizados pelo seu caráter "artesanal".

Como exemplo, cita-se um trecho da página “Conheça Nossa História”, no site da Cachaça “Bem me Quer”, produzida pelo Alambique Santíssima na Fazenda Santo Antônio das Pitangueiras, em Pitangui (MG):

Havia na fazenda, um espaço de lazer, onde um pequeno e antigo Alambique permanecia. Meio que por brincadeira, quando acontecia alguma comemoração que reunia a família, eram fabricados cerca de 6 litros de cachaça, de cada vez. E era o maior sucesso. Essa cachaça, nomeada cachaça Romana, virou uma tradição das reuniões de família e acabou sendo estendida também aos amigos. Os amigos foram gostando e começaram os pedidos, que foram crescendo cada vez mais, até que o pequeno e antigo Alambique não dava mais conta de fabricar o necessário<sup>160</sup>.

Também a partir da década de 1990, a produção da cachaça se identifica com uma perspectiva memorialista, na qual a(s) comida(s), a(s) bebida(s) e as cozinhas regionais são encaradas como patrimônio cultural. Neste sentido, espelham diferentes modos e processos identitários brasileiros, cujas percepções são contemporâneas de um processo de discussão que toma forma já na Constituição de 1988. Em seu artigo 216- A da Seção II, a Carta Magna determina:

Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem: as formas de expressão; os modos de criar, fazer e viver; as criações científicas, artísticas e tecnológicas; as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às

<sup>160</sup> CONHEÇA nossa história. *Cachaça Bem me quer*. Disponível em: [www.cachacabemmequer.com.br/sobre](http://www.cachacabemmequer.com.br/sobre). Acesso em: 08 jun. 2019.

manifestações artístico-culturais; os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico<sup>161</sup>.

Um importante inciso da Constituição de 1988 é o que dispõe sobre os mecanismos de preservação do patrimônio material ou imaterial: “[...] o poder público, com a colaboração da comunidade, promoverá e protegerá o patrimônio cultural brasileiro, por meio de inventários, registros, vigilância, tombamento e desapropriação, e de outras formas de acautelamento e preservação”<sup>162</sup>. Foi justamente este inciso que deu suporte legal para a existência de outros meios de preservação do patrimônio cultural como, por exemplo, as já citadas Indicações Geográficas que permitiram o registro das cachaças de Abaíra, Salinas e Paraty.

A defesa dos direitos humanos e culturais e a definição de mecanismos de proteção do patrimônio cultural coincidem com a dinâmica da cachaça e construção dos seus novos significados. Logo, fazem parte da contextualização do momento analisado na presente tese. Por este motivo, é importante registrar que no plano internacional, a UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – é a instituição que mais contribui para a proteção do patrimônio cultural. Defende, inclusive, no âmbito dos direitos humanos, os direitos dos cidadãos de acesso à cultura, com base no artigo 27 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, o qual determina que:

1. Todo ser humano tem o direito de participar livremente da vida cultural da comunidade, de fruir das artes e de participar do progresso científico e de seus benefícios. 2. Todo ser humano tem direito à proteção dos interesses morais e materiais decorrentes de qualquer produção científica literária ou artística da qual seja autor<sup>163</sup>. (DECLARAÇÃO, 2009, p. 15).

Neste sentido, cabe lembrar algumas considerações sobre o tema, feitas em 2005 e em 2009 pela Comissão de Recursos Econômicos, Sociais e de Direitos Culturais, em pronunciamento na ONU – Organização da Nações Unidas. Em se tratando dos direitos autorais, a Comissão considera três aspectos fundamentais, por parte dos Estados: as obrigações de respeitar, proteger e fazer cumprir:

A obrigação de *respeitar* exige que os Estados partes se abstenham de interferir direta ou indiretamente com o gozo do direito de beneficiar da proteção dos interesses morais e materiais do autor. A obrigação de *proteger*

<sup>161</sup> BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil*: promulgada em 5 de outubro de 1988. Contém as emendas constitucionais posteriores. Brasília, DF: Senado, 1988. Disponível em:

[http://www.senado.gov.br/legislacao/const/con1988/con1988\\_04.02.2010/art\\_216\\_.shtm](http://www.senado.gov.br/legislacao/const/con1988/con1988_04.02.2010/art_216_.shtm). Acesso em 13 fev. 2019.

<sup>162</sup> Id. Ibid.

<sup>163</sup> DECLARAÇÃO Universal dos Direitos Humanos. Unic/Rio/005. 2009. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2018/10/DUDH.pdf>. Acesso em 15 abr. 2019.

exige que os Estados partes tomem medidas que impeçam que terceiros interfiram nos interesses morais e materiais dos autores. Finalmente, a obrigação de *fazer cumprir* requer que os Estados Partes adotem legislações apropriadas, medidas administrativas, orçamentárias, judiciais, promocionais e outras para a plena realização [...] <sup>164</sup>.

No caso da participação dos indivíduos na vida cultural, como parte integrante dos Direitos Humanos, a questão foi amplamente debatida em 2009, conforme se depreende do trecho a seguir:

Os direitos culturais são parte integrante dos direitos humanos e, como outros direitos, universal, indivisível e interdependente. A plena promoção e respeito pela cultura são direitos essenciais para a manutenção da dignidade humana e da interação social positiva, entre indivíduos e comunidades, em um mundo diverso e multicultural. [...] O Comitê considera que a cultura, [...] abrange, entre outras coisas, modos de vida, linguagem, literatura oral e escrita, música, comunicação não verbal, religião ou sistemas de crença, ritos e cerimônias, esporte e jogos, métodos de produção ou tecnologia, ambientes naturais e artificiais, comida, vestuário e as artes, costumes e tradições através dos quais indivíduos, grupos de indivíduos e comunidades expressam sua humanidade e o significado que dão a sua existência e constroem sua visão de mundo, representando seu encontro com as forças externas que afetam suas vidas. A cultura modela e espelha os valores do bem-estar e da economia, vida social e política dos indivíduos, grupos de indivíduos e comunidades <sup>165</sup>.

Todas estas reflexões viriam a integrar a série de regulamentações que, em âmbito internacional e em âmbito nacional seriam parte da construção de uma "atmosfera de valorização das culturas locais". Assim, em 2003, através da *Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Imaterial* a UNESCO definiu o patrimônio imaterial como objeto normativo multilateral no campo da cultura:

O patrimônio cultural é fundamental para a memória, a identidade e a criatividade dos povos e a riqueza das culturas. Patrimônio cultural mundial: é composto por monumentos, grupos de edifícios ou sítios que tenham um excepcional e universal valor histórico, estético, arqueológico, científico, etnológico ou antropológico. Patrimônio cultural subaquático: engloba os vestígios de caráter cultural, histórico ou arqueológico da existência do homem, submersos há pelo menos 100 anos. Patrimônio natural mundial: significa as formações físicas, biológicas e geológicas excepcionais, habitats

<sup>164</sup> ONU. GENERAL COMMENT No. 17 (2005). The right of everyone to benefit from the protection of the moral and material interests resulting from any scientific, literary or artistic production of which he or she is the author. [O direito de todos se beneficiarem da proteção do patrimônio cultural]. Genebra, 12 jan. 2006. [Tradução nossa].

<sup>165</sup> ONU. GENERAL COMMENT NO. 21 (2009). Right of everyone to take part in cultural life (art. 15, para. 1 (a), of the International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights). [O direito de todos de fazerem parte da vida cultural]. Genebra, 21 dec. 2009. [Tradução nossa].

de espécies animais e vegetais ameaçadas e áreas que tenham valor científico, de conservação ou estético excepcional e universal. Patrimônio cultural intangível ou imaterial: entende-se por patrimônio cultural imaterial as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural [sic].<sup>166</sup>

As definições acima foram amplamente adotadas no Brasil, através do IPHAN – Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – a autarquia responsável por preservar o patrimônio histórico e artístico do país. A adoção daqueles princípios, ratificada inclusive por uma centena de países, norteou a implementação de políticas públicas, com vistas ao fomento do diálogo intercultural e à criatividade humana.

A ideia subjacente àquelas políticas era a de intervenção na realidade social dos indivíduos de modo a contribuir para a superação das desigualdades para a validação da diversidade cultural, estimulando a sustentabilidade do desenvolvimento nos planos internacional, regional e local<sup>167</sup>. Neste contexto, o Brasil, como um dos signatários do Pacto Internacional de Direitos Humanos, passou a ter a obrigação de respeitar, proteger e fazer cumprir legislação adequada com vistas a permitir o direito à cultura.

Acrescente-se que os produtos alimentícios (comidas e bebidas) ganham espaço nesse momento e são frequentemente incorporados em discursos relacionados à autenticidade, proveniência e localidade, da escala do indivíduo (em busca de uma sidra ou cerveja 'real') àquela da região ou nação (para qual territorialmente produtos artesanais ligados a elas geram valor)<sup>168</sup>.

Também são do mesmo período os esforços legais para a aprovação do Plano Nacional de Cultura, como parte da valorização da cultura como direito. Em entrevista concedida para a presente pesquisa, os autores do referido Plano ligam a sua articulação política e lineamento geral com as propostas do Partido dos Trabalhadores, alçado ao poder através dos governos Lula e de Dilma Rousseff. Sobre a articulação política interna para a sua composição, o Sujeito 7 tece as seguintes considerações:

<sup>166</sup> UNESCO. *Patrimônio Cultural no Brasil*. [s.d.]. Disponível em:

<http://www.unesco.org/new/pt/brasil/culture/world-heritage/cultural-heritage/>. Acesso em 13 fev. 2019.

<sup>167</sup> CASTRO, Maria Laura Viveiros de; FONSECA, Maria Cecília Londres. *Patrimônio imaterial no Brasil*. Brasília: UNESCO, Educarte, 2008.

<sup>168</sup> Sobre o tema, veja: PIRES, Maria Do Carmo; MAGALHÃES, Sônia Maria de (org.). *A cozinha brasileira e o patrimônio cultural: história, hospitalidade e turismo*. Curitiba: Prismas, 2018. v.1; e, ainda: MAGALHÃES, Sônia Maria de. *A mesa de Mariana: produção e consumo de alimentos em Minas Gerais (1750-1850)*. 2. ed. Goiânia: Cegraf, 2018. v. 1.

Importante pensar o contexto que ensejou a proposição do Plano. No início dos anos 1990, começamos [PT] a trabalhar a ideia de que era preciso também a dar atenção ao Esporte e à Cultura, além da Educação. O Brasil estava se preparando para disputar a sede de grandes eventos internacionais. Fizemos uma conferência em Brasília (por volta do ano 2000-2001, final do governo FHC, já em campanha do Lula para presidente) e fizeram uma divisão para que cada um (que tinha mandato) fosse para uma dessas áreas, formando grupos de trabalho. Era um momento oportuno, pós Plano de Educação. Pensaram em uma política estruturante, não só baseada em políticas de fomento. Não adiantava só pedir verba ou discutir a Lei Rouanet. Então o Plano de Cultura precisava de apoio político para sair. Até então o foco estava em financiamentos e na música. Os artistas conhecidos, "globais", concentravam a maioria dos recursos. E as iniciativas estavam concentradas no eixo Rio-São Paulo. Pegaram o exemplo do Plano de Educação, em termos de formato e também ter subdivisões. Na Educação temos básico, médio e superior; e na Cultura seriam as várias áreas de manifestações culturais: artesanato, dança, culinária. Quando o Lula ganhou a eleição, foram para o Ministério da Cultura pessoas que tinham esse pensamento de ampliar a noção de cultura, dar espaço para os artistas e as manifestações regionais. O Juca [Ferreira], por exemplo, que seria o ministro, depois do Gilberto Gil. Os outros governos tinham uma visão empresarial da cultura, de fomento e entretenimento. Guilherme [Varella] montou o sistema nacional de cultura. Melhorou muito, porque todos os municípios para entrar nas linhas de financiamento, tinham que se cadastrar<sup>169</sup>.

Já o Sujeito 11, considerou importante registrar a articulação interna com as premissas postas em âmbito internacional, o que representou, como abordado anteriormente, um alinhamento do país com as políticas internacionais de valorização da cultura como direito:

Houve a partir de 2003, com o ministro Gilberto Gil, e depois com o Juca [Ferreira], uma ruptura da visão mais formalista do Estado sobre o que cultura que é passível de virar política pública e o que está acontecendo de fato no seio da sociedade. Essas rupturas foram fundamentais e foram elas que foram os paradigmas do novo desenvolvimento das políticas culturais. Uma dessas rupturas foi entender que todos produzem cultura e se todos produzem cultura, todos são clientes das políticas públicas. Era preciso pensar a presença do Estado como promotora e estimuladora dos processos culturais de toda sociedade e não simplesmente daqueles que tradicionalmente eram conhecidos como os produtores de cultura, lê-se os artistas e linguagens artísticas consagradas. Outra ruptura foi a ampliação do espectro. A gente está falando que dentro do espectro cultural brasileiro tem que caber mais coisas do que historicamente couberam. Então, se as linguagens artísticas tradicionais e consolidadas é as que tinham espaço e financiamento, e que tinham o olhar do Estado, todo restante não tinha. Era preciso abertura pra isso. E, nesse sentido, foi fundamental a formulação, o desenvolvimento e, inclusive, a articulação internacional pra que existisse a Convenção de Diversidade Cultural, e a assunção do conceito de diversidade no seio das políticas culturais brasileiras. Porque foi justamente através desse arcabouço que vinha por baixo da ideia de diversidade que foi possível pensar a incorporação de todos esses setores culturais que fazem parte do

<sup>169</sup> SUJEITO 7. [Autor do Plano Nacional de Cultura]. *Entrevista*. [Entrevista cedida a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital. Uberlândia, 14 de março de 2017.

rico mosaico cultural brasileiro que estavam fora. Já falei de todos eles, culturas populares tradicionais, quilombolas, ribeirinhas, indígenas, terceira idade, ciganos, LGBTs, minorias. Grupos relacionados à arte e educação, museus, enfim. E a terceira que a incorporação definitiva e de forma real da participação social nas políticas culturais. Essa incorporação foi fundamental pra que se construíssem instrumentos de gestão capazes de olhar essas novas demandas culturais. Nesse momento era possível dizer que o Ministério da Cultura era vanguarda na relação das políticas culturais, [...] promovendo uma construção coletiva das pautas<sup>170</sup>.

Dentro da concepção de cultura como direito, os bens culturais produzidos socialmente foram divididos em dois grandes grupos: “materiais e imateriais”, dispondo cada grupo de instrumentos específicos de proteção. No caso da cachaça, a bebida pode ser considerada como patrimônio de cultura imaterial, podendo integrar o registro de *saberes*, conformados nos “modos de fazer”<sup>171</sup>.

Em âmbito nacional, a cachaça *não configura como bem registrado* pelo IPHAN, em nenhum dos livros de registros para bens imateriais brasileiros. Todavia, este registro foi de certa forma prescindido pelo Decreto Federal n. 4062/2001, o chamado “Decreto da cachaça”. Através deste expediente, foram definidas as expressões “cachaça”, “Brasil” e “Cachaça do Brasil” como Indicações Geográficas, o que, conforme mencionado anteriormente, é também um suporte legal para preservação do patrimônio cultural.

Em âmbito regional, a cachaça artesanal é registrada como Patrimônio Histórico Cultural do Estado do Rio de Janeiro, garantido pela Lei 6.291/12. Já em Minas Gerais, no bojo do processo de ampliação da noção de patrimônio cultural, a Lei 16.688 de 2007 concedeu à Cachaça de Alambique de Minas o título de Patrimônio Histórico e Cultural de Minas Gerais.

Não obstante, o registro mais específico é o de Salinas. Em 2006, a Prefeitura de Salinas celebrou como Patrimônio Imaterial de Cultura o *modo de fazer* e a *marca* de cachaça *Havana*, produzida por Anísio Santiago e seus sucessores.

---

<sup>170</sup> SUJEITO 11. [Autor do Plano Nacional de Cultura]. *Entrevista*. [Entrevista cedida a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital. Brasília, 18 de junho de 2017.

<sup>171</sup> Os bens culturais materiais, tanto móveis quanto imóveis, são registrados de acordo com suas características específicas em quatro livros do Tombo: Livro do Tombo Arqueológico, Etnográfico e Paisagístico; Livro do Tombo Histórico; Livro do Tombo das Belas Artes; e Livro das Artes Aplicadas. E os bens imateriais encontram-se registrados, também, por suas características peculiares, nos seguintes Livros do Registro: 1) *Saberes*: conhecimentos e modos de fazer enraizados no cotidiano das comunidades; 2) *Formas de expressão*: manifestações literárias, musicais, plásticas, cênicas e lúdicas; 3) *Celebrações*: rituais e festas que marcam a vivência coletiva do trabalho, da religiosidade, do entretenimento e de outras práticas da vida social; e 4) *Lugares*: mercados, feiras, santuários, praças e demais espaços onde se concentram e se reproduzem práticas culturais coletivas. Cf. IPHAN - Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. *Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial*. 2014. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/portal/montarDetalheConteudo.do?id=12308&sigla=Institucional&retorno=detalheInstitucional>.

Até onde se pesquisou, a Havana é a única marca de cachaça que foi alçada à condição de patrimônio cultural, incluindo-se, ainda, o seu “método” de fabricação, conforme preconiza o Decreto municipal, nº. 3.728, de 10 de julho de 2006 do município de Salinas:

Art. 1º – Fica reconhecido como Patrimônio Cultural Imaterial de Salinas o método de fabricação da cachaça “Havana”, desenvolvido pelo Sr. Anísio Santiago em 1946 e cuja qualidade se mantém inalterada desde então.

Art. 2º – Fica, ainda, reconhecida como Patrimônio Cultural Imaterial do Município de Salinas a marca “Havana”, designativa da cachaça referida no artigo 1º.

Art. 3º – A marca e o método referidos nos artigos anteriores gozam da especial proteção legal prevista no art. 216 da Constituição Federal e art. 208 da Constituição Estadual de Minas Gerais.

Art. 4º – O reconhecimento da cachaça Havana como Patrimônio Cultural Imaterial do Município de Salinas se deve pela identidade, memória da sociedade, além do seu modo de criar, fazer e viver<sup>172</sup>.

O amparo legal à Havana como, de resto, às “cachaças artesanais” – cuja produção em âmbito regional ou local, integra o *organizing* da bebida –, se configura como elemento que tanto constitui quanto reafirma a representação da cachaça como artesanal.

FIGURA 16. Cachaças Havana – Salinas



Fonte: Santiago (2010).

<sup>172</sup> SANTIAGO, Roberto Carlos Morais. Cachaça Havana, patrimônio cultural imaterial de Salinas. *Blog História da Salinas*. Postado em 21 jul. 2010. Disponível em: <https://historiadesalinas.wordpress.com/2010/07/21/cachaca-havana-patrimonio-cultural-imaterial-de-salinas/> Acesso em: 28 abr. 2019.

A Havana é, assim, um *exemplo*, que corrobora a conclusão de que, mediante a criação de leis e normas, as esferas pública e privada se unem para consolidar um grupo de empresários em particular, em detrimento de outros que não lhes farão concorrência. Neste caso, aqueles empresários que se dedicam a produção *artesanal*. Desta forma, na esteira da legislação, para além do líquido, a cachaça artesanal é também criada pelo *marketing*, vendendo memória, significado social e tradição<sup>173</sup>.

Finalmente, ainda no campo da representação artesanal da cachaça, cabe discutir um elemento, igualmente importante para a sua construção: o *sustentável*. O tema encoraja a crítica à degradação da natureza e aventa que o pilar econômico precisa ser complementado pelos pilares ambiental e social. Uma perspectiva relevante na contemporaneidade e que pode elucidar a questão é a da ativista Vandana Shiva<sup>174</sup>. Ela defende o desenvolvimento sustentável antagonizando a globalização, a ganância e a autodestruição. Empenhada na proteção das sementes, Shiva considera que a saúde está ligada ao alimento local, à semente plantada pelo próprio povo que vai vê-la crescer e consumir seus frutos, em conformidade com a sua cultura. O respeito à tradição, à territorialidade e ao conhecimento do povo, promovem uma alimentação segura, saborosa e de qualidade.<sup>175</sup>

Dentro da perspectiva de sustentabilidade ambiental, o SEBRAE vem divulgando formas da produção de cachaça, com vistas a gerar menos impactos. Dentre estas se destacam: o uso do vinhoto para adubação; a limpeza e o controle de temperatura na fermentação, para evitar o desperdício de leveduras; a utilização de toneis de madeira nacional e o reflorestamento, quando possível; a economia e a reutilização de água; o uso do bagaço como combustível e no trato animal; a reciclagem de materiais de tampas, garrafas e rótulos<sup>176</sup>.

Também como resposta a um mercado que exige produtos sustentáveis, uma série de cachaças buscam a sua adequação. Como exemplo, a pesquisa destaca *as Cachaças Sanhaçu e Weber Hauss*.

---

<sup>173</sup> Segundo dados do SEBRAE, a cachaça produzida artesanalmente no Brasil corresponde a 30% do volume total de produção da bebida. De acordo com o órgão, em 2006 o volume de exportação de cachaça artesanal era pouco significativo, ficando abaixo de 2% do total produzido. Esse mesmo percentual foi apurado em 2002 pela Fenaca – Festa Nacional da Cachaça –, quando afirmou que a exportação chegara a 300 mil litros. Assumindo esse percentual como base para a avaliação do período de 2007 a 2011, pode-se chegar aos volumes de exportação que totalizaram 199,4 mil litros em 2011. Ver: SEBRAE. Cachaça artesanal. *Estudos de mercado SEBRAI/ESPM, 2012*. Relatório Completo. Brasília, 2012.

<sup>174</sup> Vandana Shiva ainda é expoente da ideia de que a alimentação saudável se baseia em comidas frescas e preparadas a mão, derivadas de sistemas alimentares sustentáveis e culturas alimentares estabelecidas. A postura é de oposição à alimentação composta por produtos ultra processados, prontos para consumir, provenientes de cadeias produtivas industriais globalizadas.

<sup>175</sup> SHIVA, Vandana. *Biopirataria - a pilhagem da natureza e do conhecimento*. Petrópolis: Vozes, 2001.

<sup>176</sup> SEBRAE. Produção de cachaça sustentável: 5 formas de gerar menos impacto com seu alambique. Disponível em: <http://inovacaoosebrazil.com.br/producao-de-cachaca-sustentavel-5-formas-de-gerar-menos-impacto-com-seu-alambique>. Acesso em 1 maio 2019.

FIGURA 17. Cachaças Orgânicas: Sanhaçu e Weber Haus



Fonte: Sanhaçu (2019); Weber Haus (2019)

Em 2016, a marca Sanhaçu ganhou destaque no Guia de Inovação<sup>177</sup> por produzir cachaça orgânica certificada, realizar atividades de educação ambiental para visitantes na propriedade em que está o alambique, aproveitar 100% dos resíduos agroindustriais, usar energia produzida no local, reutilizar água da chuva para limpeza e irrigação, compensar emissões de carbono plantando mudas de árvores nativas, praticar bom relacionamento com clientes.

Todos os elementos discutidos até aqui e que concorrem para consubstanciar a representação da cachaça como *artesanal*, convergem em uma nova representação: a da cachaça *gourmet*, que será discutida a seguir.

### 3.2. A cachaça *gourmet*

A cachaça oferecida ao mercado consumidor como *gourmet* é uma variante refinada de cachaça artesanal. Seu diferencial se dá na apresentação – em garrafas e embalagens luxuosas – de produto com qualidade superior. Esta representação “pega carona” no fenômeno de gourmetização que, na atualidade, considera como *gourmet* qualquer produto ou serviço que possua – ou que afirme possuir – uma composição e uma apresentação diferenciada. Sob este aspecto, pode englobar tanto um prato de alta culinária – a *haute cuisine* –, feito com uma receita elaborada, autoral e ingredientes de alta qualidade; quanto

<sup>177</sup> ADEODATO, Sérgio. Novidade no alambique. Cachaça orgânica de Pernambuco planeja exportações com viés socioambiental. In: *Guia de Inovação para sustentabilidade em MPE 2016*. São Paulo: FGV EASP – Centro de Estudos em Sustentabilidade, n. 105, dezembro de 2016.

um serviço como o *Uber* que é, basicamente, um serviço de táxi *gourmetizado*, no qual são utilizados carros de luxo particulares, equipados com produtos destinados a agradar o consumidor: petiscos, bebidas, música...<sup>178</sup>

A palavra *gourmet* é, em si mesma, antiga. Ela surge na França, por volta do século XVIII, para designar originalmente um indivíduo de paladar refinado, apreciador de boa comida e de bons vinhos. No século XIX, foi difundida pelo gastrônomo Jean Anthelme Brillat-Savarin, em seu livro *Filosofia do Gosto*, publicado em 1825. O termo passou a caracterizar algo que apresentasse alta qualidade, elegância, sofisticação e diferencial criativo. Neste momento, quando começam a surgir os primeiros restaurantes autorais da França, o termo é utilizado para as comidas e bebidas oferecidas neles. Já no século XX, a palavra estendeu-se também aos ambientes nos quais se apreciava a alta cozinha. Atualmente, de acordo com o Dicionário Michaelis de francês-português, a palavra designa tanto o “apreciador de vinhos” quanto a “pessoa que aprecia o refinamento em matéria de comida e bebida; gastrônomo”<sup>179</sup>.

No alvorecer do século XXI, o termo passou a designar uma tendência no mercado de vender um produto diferenciado, em geral uma versão luxuosa de algo já existente e consumido no dia a dia. No campo específico da alimentação, a tendência vem sendo observada desde o início deste século, conforme esclarece o estudo de Aoife Wycherley, Mary McCarthy e Cathal Cowan, em pesquisa desenvolvida em 2008<sup>180</sup>. A chamada “comida especial” é aquela que, por ser produzida fora dos padrões convencionais – industrializada e em larga escala – possui qualidades específicas que a diferenciam do alimento padrão, oferecido no mercado, a saber:

Exclusividade: o produto é produzido em pequena escala e, portanto, é apenas disponível em quantidades limitadas. Processamento: o produto sofreu pelo menos processamento primário usando técnicas artesanais. Distinção: o carácter distintivo do produto resulta de uma combinação de todos ou alguns dos seguintes atributos: embalagem extraordinária, preço *premium*, origem de renome e/ou o seu design único<sup>181</sup>.

<sup>178</sup> Cf. LOURENÇO, Emília Uema. *O fenômeno da gourmetização*. 2016. Dissertação (Projeto Experimental em Publicidade e Propaganda) – Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

<sup>179</sup> GOURMET. In: MICHAELIS – Dicionário Escolar Francês. São Paulo: Melhoramentos, 2019. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/escolar-frances/busca/frances-portugues/gourmet/>. Acesso em: 02 jul. 2019.

<sup>180</sup> WYCHERLEY, Aoife; MCCARTHY, Mary; COWAN, Cathal. *Speciality food orientation of food related lifestyle segments in Great Britain*. [Final Report]. Dublin: Eagasc/NDP, 2008. Disponível em: <https://core.ac.uk/reader/10622867>. Acesso em: 01 jul. 2019.

<sup>181</sup> Id. *Ibid.*, p. 3. Tradução nossa.

Para o *Chef* Sandro Dias, no Brasil o *gourmet* relaciona-se com o movimento da *Nouvelle Cuisine*, nascido na década de 1970, caracterizado pela leveza, delicadeza dos pratos e a ênfase na apresentação. Para o *Chef*,

[...] Entre a nascente burguesia brasileira, essa expressão [gourmet] começou a fazer mais sentido nas décadas de 1960 e 1970, quando começam a aparecer chefs franceses representantes da *nouvelle cuisine*. Eles começaram a revitalizar e popularizar a gastronomia francesa, menos codificada, mais livre e, principalmente, calcada na excelência dos ingredientes<sup>182</sup>.

Também para Dias, o que começa com a gastronomia expande-se para os mais diferentes produtos e, ainda, para a sua experiência de fruição.

Pipocas e brigadeiros, que sempre tiveram espaço em nossa memória afetiva, agora são gourmets e marcam presença em festas vips. O mesmo se aplica às varandas, que agora são “gourmets” e ao fenômeno recente das cozinhas que norteiam projetos de arquitetura, pois cresce a percepção de que a cozinha é o elemento principal da casa. [...] Ingredientes ou produtos têm sido requalificados como gourmet. Veja o caso de marcadores culturais como a cachaça, que ganha distinção com o selo de premium e deixa de ser associada apenas aos consumidores mais populares. De forma análoga, frequentar determinado restaurante, pagar por isso, observar quem o frequenta e, principalmente, ser visto, é uma experiência de significado muito semelhante ao de ir a uma ópera no século 19.

A percepção do *Chef* Dias de que o movimento *gourmet* identifica mais uma experiência de consumo do que, propriamente os produtos categorizados como *premium* ou *gourmet*, é corroborada pelos estudiosos que se debruçaram sobre o tema e que foram consultados para a presente pesquisa<sup>183</sup>. Dentre estes, destaca-se Maurício Lages ao refletir sobre o *gourmet* na gastronomia:

Para nós, o circuito *gourmet* funciona como um nicho de consumo que procura se contrapor, de um lado, a algumas tendências dessa industrialização gastronômica [...] e, de outro, busca reformular o modelo do produto industrial, no sentido de fornecer uma maior gama de variedade sensorial para o consumidor – a chamada “experiência” de apreciação do

<sup>182</sup> DIAS, Sandro. Novas comidas gourmet são uma forma cafona de distinção social. *UOL*, São Paulo, 04 set. 2014. Notícias Opinião. Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/opiniao/coluna/2014/09/04/novas-comidas-gourmet-sao-uma-forma-cafona-de-distincao-social.htm?cmpid=copiaecola> Acesso em: 02 jul. 2019.

<sup>183</sup> Dentre outros: LAGES, Maurício Piatti. A formação do consumo *gourmet* no Brasil: o caso dos cafés especiais e dos corpos que os acompanham. 2015. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade de Brasília, Brasília, 2015; LOURENÇO, Emília Uema. *O fenômeno da gourmetização*. 2016. Dissertação (Projeto Experimental em Publicidade e Propaganda) – Universidade de Brasília, Brasília, 2016; PALMIERI Jr. Valter. *A gourmetização em uma sociedade desigual: um estudo sobre a diferenciação no consumo de alimentos industrializados no Brasil*. 2017. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Econômico) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2017; ANDRADE, Bruna Laura Santos de. *Gourmet e atratividade turística: ressignificações da Gastronomia regional de Fortaleza/CE*. 2018. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos) – Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2018.

produto. [...] Todos esses pontos estão concentrados e fazem parte constitutiva da experiência de consumo *gourmet*. Hoje, ser *gourmet* é também fazer parte de um estilo de vida que envolve todo o espectro social-ambiental-sensorial e que muitas vezes é acionado de forma reflexiva e intencional pelos consumidores<sup>184</sup>.

O termo *gourmet* não possui tradução e se difundiu por inúmeros países com o sentido exposto acima, por Lages. Não obstante, a palavra gourmetização que indica a proliferação do circuito *gourmet* para os mais diferentes nichos mercadológicos, é um neologismo brasileiro cuja origem pode, sim, ser localizada. Trata-se de *expressão* nascida na Internet e que se popularizou a partir de 2014 como crítica aos produtos classificados como *gourmet*.

Conforme esclarece a pesquisa de Emília Uema Lourenço, em matéria publicada por Míriam Castro no jornal *Estadão*, em 2014 o usuário DougErbert criou um super herói paulista de classe-média que, com o poder de um “Raio Gourmetizador” seria capaz de “gourmetizar” alimentos<sup>185</sup>. A piada foi postada no Twitter em 27 de novembro daquele ano. Um dia depois, a usuária “Desativista” encampou a ideia, criando o formato que se tornaria viral, desde então: “Bolo de fubá com goiabada: 5 real. *Depois do raio gourmetizador*: Naked cake de fubá da vovó com gotas amorosas de goiabada orgânica: 45 real. — Clementina (@Desativista) November 28, 2014”<sup>186</sup>.

FIGURA 18. Gourmetização da “Caipireja”



Fonte: Raio Gourmetizador (2015).

A postagem da “Desativista” recebeu milhares de retweets, se tornando “viral” e ensejando as mais diferentes elaborações e criações. A presente pesquisa localizou a reportagem citada por Lourenço, da qual destaca o seguinte trecho:

<sup>184</sup> LAGES, Maurício Piatti. A formação do consumo *gourmet* no Brasil: o caso dos cafés especiais e dos corpos que os acompanham. 2015. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade de Brasília, Brasília, 2015, pp. 23-24; 126.

<sup>185</sup> LOURENÇO, Op. cit., 2016.

<sup>186</sup> CASTRO, Míriam. Raio gourmetizador vira piada nas redes sociais. *Estadão*, São Paulo, 23 de dezembro de 2014 [Online]. Disponível em: <https://paladar.estadao.com.br/noticias/comida,raio-gourmetizador-vira-piada-nas-redes-sociais,10000008206>. Acesso em: 24 maio 2019.

[...] A página do Facebook Raio Gourmetizador, criada no dia 6, ilustra essas piadas. O “raio” é representado sendo lançado pelo chef escocês Gordon Ramsay. Por enquanto, a página tem cerca de 13 mil curtidas. Não é só agora que reclamam do uso da palavra “gourmet” em marcas e food trucks. A situação já foi satirizada por contas no Tumblr como Gourmetização da Vida e Cozinha Paulista. O post inaugural do último é: “Feijoada? Não. Beans com blend de carnes.” É algo a se pensar<sup>187</sup>.

Maurício Lages também faz uma referência às críticas que se disseminaram sobre os produtos chamados *gourmet*, entendidos por muitos como engodo. Enfocando especificamente o produto *café*, o autor também aborda a página do “Raio Gourmetizador”:

Nas redes sociais, o termo se tornou objeto de piada, como demonstra a página virtual de humor chamada *Raio Gourmetizador*, que, em cada postagem, satiriza um produto específico. Na vez do café, a postagem tomou a seguinte forma: primeiro, há a imagem de uma xícara onde aparece escrito “Cafézinho: 2 real”; depois, há a imagem de um homem emitindo raio pelos dedos em direção à xícara e onde se lê a legenda “Raio Gourmetizador”; por fim, temos a imagem da mesma xícara de café, dessa vez com a legenda “Café 100% Arábica, da Alta Mogiana, colhida nas primeiras horas do dia. Aromatizado em favas de baunilha. Acompanha pastilha de menta e água com gás: 15 real”. Ao focar no princípio da multiplicação dos preços, a página de humor do *facebook* soube capitalizar como nenhuma outra uma perspectiva pejorativa em relação ao “gourmet”. Esse padrão se repete em algumas outras páginas da rede, como na “Gastronomia da depressão”, na “Gastronomia da deprê” e até no canal de humor *Porta dos Fundos*<sup>188</sup>.

No que diz respeito à definição de gourmetização, entre os autores consultados apenas dois ofereceram um esforço de sistematização conceitual: Maurício Lages e Valter Palmieri Júnior. Para Lages a gourmetização expressa um modo de consumo gourmet e que, conforme suas palavras:

[...] talvez seja um processo mais amplo e mais sutil do que o conjunto de vocábulos “gourmet” nos faz acreditar, esbarrando no limite daquilo que é possível trazer à consciência. Talvez seja algo próximo daquilo que os historiadores chamaram de “mentalidade”, retendo a carga inconsciente do termo<sup>189</sup>.

Como se vê, o autor não se compromete muito com a conceituação da gourmetização, pois utiliza de forma mais sistemática expressões como “circuito” ou “modo de consumo”, conforme exposto acima. Além disso, Lages se detém especificamente no *consumo do café* e a explosão das “cafeterias”. Sendo assim, quando aponta o aspecto amplo da chamada

---

<sup>187</sup> Id. Ibid.

<sup>188</sup> LAGES, Op. cit., 2015, p. 119.

<sup>189</sup> Id. Ibid., p. 126.

gourmetização, o identifica na disseminação de empresas de prestação de serviços, notadamente no ramo da alimentação, cujos nomes contêm os sufixos “aria” ou “eria”, tal como ocorre no seu objeto.

Nos últimos anos, houve um surto de estabelecimentos que têm os nomes terminados em *-aria* ou *-eria*: brigaderia, tapiocaria, peixaria, leiteria, paneria, queijaria, gelateria, risoteria, hamburgueria, etc. [...] A derivação em si não é nova e significa um local especializado na venda ou na confecção daquilo que é apresentado como radical linguístico. No entanto, a proporção que a fórmula tomou não tem precedentes, podendo ser reflexo de uma nova gama de serviços disponíveis no mercado [...] Na esteira da *gourmetização* dos produtos, essas adaptações consistem em novas estratégias de *marketing*, ou [...] uma “fórmula linguística-mercadológica” na qual o radical responde pelo produto e o sufixo (*-aria* ou *-eria*) pelo sentido de especialização<sup>190</sup>.

Por seu turno, Valter Palmieri Jr. compreende a gourmetização como um processo intencional, dado em diferentes seguimentos do mercado com o objetivo de sofisticar produtos ou serviços. Nestes termos, para Palmieri Jr.,

*Gourmetização* é o processo intencional de sofisticação e exclusividade de um produto, uma forma de diferenciar o que é preparado de modo tradicional, relacionando um produto com a ideia de requinte. Assim, uma cerveja, chocolate, hambúrguer ou até mesmo um tipo de arroz podem receber o adjetivo “gourmet” (ou “premium”), que indica algum teor especial, indicando que se trata de um produto de alta qualidade (no que se refere ao preparo, origem, tipo de ingrediente, combinação inusitada que altera o sabor) ou que é apresentado de forma diferenciada (marketing, design da embalagem, cor, textura ou estética do produto). Embora tais qualidades ou propriedades do produto nem sempre representem uma diferença significativa em relação a outros produtos encontrados no mercado, a simples palavra “gourmet” passou a significar algo que identifica um estilo de vida, que simboliza uma maneira diferenciada de cuidar da alimentação num contexto social delimitado, e passou a ser muito utilizada pela indústria de alimentos para conquistar consumidores<sup>191</sup>.

A definição apresentada por Palmieri Jr. é abraçada por Emília Uema Lourenço e por Bruna Andrade, as duas outras autoras com as quais a presente pesquisa dialogou para refletir acerca da gourmetização. É importante ressaltar, porém, que para Lourenço não necessariamente um produto diferenciado é ou foi gourmetizado. Pelo contrário, a “[...] gourmetização consiste em transformar um produto já existente e familiar ao público e

<sup>190</sup> Id. *Ibid.*, p. 118.

<sup>191</sup> PALMIERI Jr. Valter. *A gourmetização em uma sociedade desigual: um estudo sobre a diferenciação no consumo de alimentos industrializados no Brasil*. 2017. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Econômico) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2017, p. 211.

modificá-lo de forma a criar uma versão luxuosa e diferenciada deste”<sup>192</sup>. Além disso, ainda conforme Palmieri Jr., é preciso frisar que o processo de gourmetização se intensificou no século XXI não apenas no Brasil, mas, de resto, na maioria dos países industrializados, denotando uma mudança cultural ampla no modo de consumir. Este dado, inclusive, foi constatado pela pesquisa já citada de Wycherley, McCarthy e Cowan, publicada em 2008 no Reino Unido<sup>193</sup>.

Em se tratando da cachaça, o caráter diferencial com base na sofisticação é bem explícito na modalidade *gourmet*. Em matéria de 2013, publicada pelo jornal Estado de Minas, sob a manchete *Produtores de cachaça investem na sofisticação para elevar padrão gourmet*, lê-se:

Foi-se o tempo em que cachaça era aquele líquido branco, ardente, envazado em garrafas de cerveja descartadas ou mesmo nas recicláveis de dois litros de refrigerante. Não que esse tipo de vasilhame não seja usado mais nos grotões de Minas e do Brasil. Onde se produz a branquinha, muitos ainda usam esses recipientes, mas a sofisticação do mercado da cachaça é visível. [...] No caso da Pendão – um dos 40 rótulos apresentados na última edição do Festival Cachaça Gourmet –, a garrafa Black Diamond (12 anos), assinada pelo master blender Armando del Bianco, tem presença encorpada de madeira, frutas, creme e baunilha. “Não fica devendo ao uísque”, compara o gerente administrativo da marca, José Albuquerque. [...] E não é só no gosto. A garrafa toda estilizada é feita sob encomenda<sup>194</sup>.

A matéria prossegue, informando que a cachaça *gourmet* pode conter apelos de sofisticação inimagináveis para uma cachaça “simplesmente” artesanal. É possível encontrar no mercado, inclusive, cachaças com *pedrinhas de ouro!*

Outro exemplo do refinamento da cachaça é a criação do estudante de engenharia Rafael Mendes. Ao se deparar com bebidas que continham flocos de ouro comestíveis, ele decidiu repetir e fez os estudos necessários para que a mistura fosse aprovada. Deu certo. Hoje ele produz as garrafas de cachaça com mel e limão e pedrinhas de ouro 23 quilates (96% de ouro e 4% de prata), que, apesar de não terem gosto, dão maior status à bebida para o consumidor. Mas a mistura confere ao produto o título de bebida mista de cachaça, de acordo com regimento do Ministério da Agricultura<sup>195</sup>.

<sup>192</sup> LOURENÇO, Op. cit., 2016, p. 50.

<sup>193</sup> WYCHERLEY, Aoife; MCCARTHY, Mary; COWAN, Cathal. Op. cit., 2008.

<sup>194</sup> PRODUTORES de cachaça investem na sofisticação para elevar padrão gourmet. *Estado de Minas*, Belo Horizonte, 28 de fevereiro de 2013. [Online]. Disponível em: <https://www.uai.com.br/app/noticia/gastronomia/2013/02/28/noticias-gastronomia,140726/produtores-de-cachaca-investem-na-sofisticacao-para-elevar-padrao-gour.shtml>. Acesso em 24 maio 2019.

<sup>195</sup> Id. Ibid.

Dentro da proposta apresentada pelo empresário Rafael Mendes, várias outras se seguiram. Como exemplo, a pesquisa destaca duas marcas de cachaça *gourmet* que utilizam ouro em sua composição. A primeira, é a marca Lord 79, comercializada pelo próprio Mendes e produzida em Minas Gerais. Em entrevista concedida à Taís Laporta, o empresário diz que prefere não divulgar o nome do alambique responsável pela destilação para que a sua fórmula permaneça em segredo. Além desta opção, que é também estratégia de marketing, a garrafa da Lord não tem rótulo nem embalagem. Uma vez que o ouro não possui gosto e a graduação alcoólica da Lord 79 é muito baixa, cerca de 23%, o que esta cachaça oferece a seu consumidor é uma *experiência estética*:

O que conta na experiência é o apelo visual, segundo Mendes. “É para beber com os olhos”, define. Também por isso, a garrafa não tem embalagem. O design da marca vem embutido como arte no vidro do produto. [...] A garrafa não tem rótulo para ficar mais bonita e não perder o requinte se molhar, já que recomendamos que seja servida gelada”, diz o empreendedor. Além de bebida, a ideia é que o produto seja uma peça de decoração, para ficar exposta em casa [...] <sup>196</sup>

FIGURA 19. Cachaça Lord 79 – Imagem publicitária



Fonte. Laporta (2014)

<sup>196</sup> LAPORTA, Taís. Empresário de 23 anos ganha a vida com bebida misturada a ouro comestível. *Brasil Econômico*, São Paulo, 25 de julho de 2014 [Online]. Disponível em: <https://economia.ig.com.br/financas/seunegocio/2014-07-25/empresario-de-23-anos-ganha-a-vida-com-cachaca-misturada-a-ouro-comestivel.html> Acesso em 04 jun. 2019.

Já a cachaça Middas, vem acompanhada de uma porção de ouro para ser misturada ao líquido. De acordo com matéria publicada na revista online *Pequenas Empresas, Grandes Negócios*, a mistura da Middas é a junção de uma cachaça de dois anos, armazenada em tonel de madeira de amendoim do campo e uma segunda, armazenada em aço inoxidável<sup>197</sup>. Como a Lord 79, a Middas se destina a um mercado exigente de produtos de luxo, conforme esclarece o seu produtor, o empresário Leandro Dias:

Escolhi trabalhar com esse material porque ele é um sinal de excelência. Existem culturas que acreditam que o ouro traz sorte, é uma fonte de energia, previne o envelhecimento [...] O projeto levou um ano para ser desenvolvido. Passei noites pesquisando sobre o mercado de luxo para bebidas destiladas<sup>198</sup>.

FIGURA 20. Cachaça Middas – Imagem publicitária



Fonte. Teixeira; Cechinel (2014)

Em busca de valores, a pesquisa identificou que em abril de 2019 vendia-se a garrafa de 750 ml da cachaça “Lord 79” por R\$ 206, 89 (duzentos e seis reais e oitenta e nove centavos), nas Casas Bahia, sendo este seu maior preço. Já o maior preço encontrado para a cachaça “Middas”, no mesmo mês e ano foi de R\$ 269,00 (duzentos e sessenta e nove reais)

<sup>197</sup> TEIXEIRA, Rafael Farias; CECHINEL, Camila. Empresário brasileiro lança cachaça com ouro comestível. *Pequenas Empresas, Grandes Negócios*. [S.l.], 15 de julho de 2014. [Online]. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Noticias/noticia/2014/07/empresario-brasileiro-lanca-cachaca-com-ouro-comestivel.html> Acesso em 04 jun. 2019.

<sup>198</sup> Id. Ibid.

no Mercado Livre. Por certo, não é “barato”. Todavia, dentro do mercado de cachaças artesanais comercializadas no Brasil, nenhuma das duas cachaças pode ser considerada “caríssima”. Comparativamente, situam-se à “meio do caminho”: entre a cachaça “Boazinha” – vendida no Empório Mercantil Online por R\$ 39,00 (trinta e nove reais) – e a cachaça Havana, vendida no mesmo e-commerce por R\$ 590,00 (Quinhentos e noventa reais) e nas Casas Bahia por R\$ 960,00 (novecentos e sessenta reais).

Por outro lado, se colocadas no comparativo com bebidas de luxo, inclusive as mais caras têm um preço até acessível, a depender do bolso. Por exemplo, a garrafa de 750 ml do whisky Johnnie Walker – 30 anos, é vendida na super oferta da Casa da Bebida por R\$ 16.999,90 (dezesseis mil, novecentos e noventa e nove e noventa), com frete grátis para todo o Brasil!<sup>199</sup>

Como se vê, embora a representação da cachaça como *gourmet* se assente em elementos diferenciados e, por este motivo, seja oferecida no mercado com uma precificação acima da versão comum da cachaça artesanal, responde a um nicho do mercado que não é formado pela chamada classe “A”. Na verdade, conforme esclarece Emília Uema Lourenço, o fenômeno da gourmetização no Brasil – dentro do qual a cachaça *gourmet* se inscreve – decorre da confluência do aumento do poder aquisitivo da “classe C” e do “boom” midiático da gastronomia.

No que diz respeito ao aumento do poder aquisitivo da “classe C”, a autora destaca que em 2012 o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, PNUD, divulgou nota informando que nos dez anos anteriores, 35 milhões de brasileiros haviam ingressado na classe média. Além disso, até o final daquele ano a classe média brasileira corresponderia a 53% da população, com a previsão de chegar a 58% em 2023.

Ainda conforme Lourenço, com uma parte tão grande da população crescendo economicamente, também houve mudanças em seus hábitos de consumo. O aumento do poder aquisitivo permitiu não apenas o acesso a produtos, mas também a lugares e informações, forçando o mercado a se adaptar:

[...] a classe C, ou a nova classe média, alterou seus hábitos de consumo de forma que esta começasse a se interessar por produtos, ambientes e estilos de vida que antes não faziam parte da sua realidade [...]o mercado reagiu de forma a se adaptar às novas demandas desse público. [...] essa nova classe

---

<sup>199</sup> Confira os endereços eletrônicos: Casa da Bebida: <https://www.casadabebida.com.br/whisky/30-anos/>; Empório Mercantil: <https://www.emporiomercantil.com.br/cat/323/cachacas>; Casas Bahia/bebidas: <https://www.casasbahia.com.br/Bebidas/?Filtro=C2596>.

média acabou se tornando um novo nicho de mercado, ansiosa para utilizar seu recém-adquirido poder econômico<sup>200</sup>.

Não obstante, vale ressaltar que a chamada “nova classe média”, ou “classe C” a que se refere Lourenço, corresponde a um amplo e heterogêneo espectro social. De acordo com a pesquisa empreendida por Marcelo Neri, esta classe se modificou com a redução da pobreza do Brasil a partir de 2003, no primeiro governo de Luiz Inácio Lula da Silva. Assim, até 2008 19,5 milhões de pessoas saíram da pobreza<sup>201</sup>.

Considerando as reflexões postas por Neri, Valter Palmieri Jr. aponta a importância de relativizar a ascensão da “nova classe média”, explicitando os seus diferentes segmentos. Apoiando-se em Waldir Quadros,<sup>202</sup> Palmieri Jr. considera que os indicadores de ascensão social da classe trabalhadora no Brasil, entre os anos de 2000 e 2004, apontam para um “simulacro” das condições de vida de classe média. Conforme o autor,

O que aconteceu de fato [...] foi uma relevante diminuição do número de miseráveis e crescimento do contingente que pertence à baixa classe média (que Marcelo Neri chama de classe C), que possui condições de vida ainda precárias, longe do que é divulgado pelos estudos que analisam as classes sociais apenas pelo consumo e não pelas reais condições de ocupação, moradia, educação e saúde<sup>203</sup>.

Para o mesmo período estudado, o autor observa que os segmentos das “classe média” e “alta classe média” permaneceram estagnados. Corrobora sua argumentação apresentando os dados de “Mobilidade e Estratificação social no Brasil, entre 2002 e 2013”, reproduzidos na tabela abaixo.

Vê-se que todos os segmentos que compõem e que passaram a compor a “classe média” brasileira, se alteraram, aumentando o seu poder aquisitivo. Mas isto não significou que, dentro da nova “classe C” todos os segmentos passaram a ter o mesmo poder aquisitivo, como podem levar a crer as reflexões de Lourenço. Pelo contrário, ainda que os mais pobres tenham tido acesso a produtos que sua condição anterior não permitia, criou-se um nicho de consumo – o *gourmet* – voltado especificamente para as camadas mais abastadas desta nova classe.

<sup>200</sup> LOURENÇO, Op. cit., 2016, p. 18.

<sup>201</sup> NERI, Marcelo Cortes. *A nova classe média: o lado brilhante dos pobres*. Rio de Janeiro, FGV|IBRE, 2010, p.12.

<sup>202</sup> QUADROS, Waldir. *Paralisia econômica, retrocesso social e eleições*. [Texto para discussão n. 249]. Campinas: Instituto de economia da UNICAMP, 2015.

<sup>203</sup> PALMIERI Jr., Op. cit., 2017, p. 186.

TABELA 1. Mobilidade e estratificação social no Brasil: 2002, 2006, 2010, 2013

| “Estrato Social”   | 2002   | 2006   | 2010   | 2013   |
|--------------------|--------|--------|--------|--------|
| Em milhões         |        |        |        |        |
| Alta classe média  | 13,18  | 14,35  | 15,19  | 17,1   |
| Média classe média | 20,65  | 21,98  | 26,48  | 28,86  |
| Baixa classe média | 54,84  | 64,93  | 78,06  | 89,04  |
| Massa trabalhadora | 53,77  | 65,11  | 57,41  | 50,22  |
| Miseráveis         | 45,31  | 21,49  | 17,77  | 16,25  |
| Total              | 187,75 | 187,86 | 195,91 | 201,47 |

Fonte: Palmieri Jr. (2017, p. 186).

É por este motivo que Valter Palmieri Jr. questiona: qual o significado do processo de *gourmetização* numa sociedade desigual como a brasileira? Em resposta, o autor considera que a despeito do crescimento numérico da “baixa classe média” e da diminuição do número de miseráveis do país, a gourmetização tem por finalidade *manter a desigualdade*, demarcando fronteiras simbólicas de diferenciação social. Na medida em que os estratos mais baixos adentram a “classe média”, compondo um dos seus segmentos, sua capacidade de consumo os “aproxima” dos estratos mais altos, tornando estes últimos afoitos por manterem seu prestígio e *status* social. Como esclarece o autor,

[...] a desigualdade de renda tem relação direta com outras desigualdades materiais, ao passo que diferenças no poder de compra se refletem no consumo das famílias. [...] deve ficar claro que, no capitalismo contemporâneo, o consumo não pode ser reduzido a uma atividade econômica e por isso não é função exclusiva do rendimento monetário. [...] é preciso incluir a dimensão cultural e a questão do status social quando se analisa o consumo. A desigualdade do consumo pode aumentar mesmo quando ocorre queda da desigualdade de renda (do trabalho), em razão da manutenção das diferenças simbólicas e de prestígio, que indicam o pertencimento a uma classe social, ou marcam a inserção em círculos privilegiados da população. A expansão no consumo de massa, nesse caso, gera um impulso para maior segregação no nível das significações, que distinguem os indivíduos bem-sucedidos, filiando-os em determinados grupos sociais tomados como referências ideais<sup>204</sup>.

Os produtos *gourmet* são direcionados aos segmentos mais altos da “classe média”, ciosos por manter sua distinção com relação aos demais, mediante o consumo de produtos mais sofisticados e luxuosos. Todavia, conforme lembra Danielle Allérès, o “mercado de

<sup>204</sup> Id. Ibid., p. 214 -215.

luxo” não é homogêneo. Pelo contrário, conforme salienta a autora, estes produtos são classificados de acordo com seu nível de concepção, elaboração e composição, obedecendo a uma hierarquia<sup>205</sup>. Esta hierarquia, por sua vez, é definida conforme o nível de qualidade atingido, técnicas aplicadas na produção e materiais utilizados. Resumidamente, obedecem a tipologia a seguir:

1. Luxo inacessível: contempla produtos que se distinguem, principalmente, pela qualidade, raridade e métodos de fabrico muitas vezes artesanais. Possuem grande originalidade de formas e cores. São os “produtos-norma”, por servirem de referência para as pessoas e outras marcas.
2. Luxo intermediário: contempla produtos de excelente qualidade, porém menos exclusivos e sofisticados. Possuem materiais limitados, cores e estampas menos elaboradas. São os “produtos-moda”, mais modernos e de marcas menos estabelecidas no mercado.
3. Luxo acessível. Contemplam produtos e objetos fabricados em série, a custos menores e de menor qualidade, inserindo-se num mercado altamente competitivo.

A título de exemplo, a pesquisa foi em busca de whiskys capazes de corresponder à categoria de “luxo inacessível” indicada por Allèrès. Localizou, assim, matéria publicada em 2016 por Viviane Soares, na qual a jornalista listou *Os 10 whiskys mais caros do mundo* vendidos naquele ano. Desconsiderando os itens únicos, produzidos para colecionadores ou leiloados, a pesquisa destaca o whisky Dalmore, de 62 anos, de edição limitada a 12 garrafas, vendidas, cada uma por 183 mil euros. Em valores atuais, algo em torno de R\$ 772.260,00 (setecentos e setenta e dois mil e duzentos e sessenta reais)<sup>206</sup>.

Diante dos exemplos acima, observa-se que nem todos os produtos luxuosos são acessíveis aos setores mais abastados da “nova classe média”, que emergiu no Brasil da última década. Representados como produtos diferenciados, correspondem a uma das principais estratégias de venda conhecidas pelo mercado. Para Michel Porter que, aliás, escreve na década de 1980, a estratégia de “diferenciação de produtos” funciona não apenas porque o consumidor reconhece a qualidade superior de um produto em relação aos outros, mas também porque muitas vezes o consumo de determinados itens está ligado a uma série de

<sup>205</sup> ALLÉRÈS, Danielle. *Luxo...: Estratégias / Marketing*. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

<sup>206</sup> De acordo com a matéria, o *Whisky Dalmore*, ocupa a quarta posição entre os mais caros, vendidos em 2016. Na primeira posição encontra-se o *Isabella Islay*, de malte 40 anos, apresentado em um decantador de cristal, revestido com ouro branco, diamantes e rubis e vendido por 5 milhões de euros. Já na segunda posição, encontra-se o *Master of Malt*, de 105 anos. Embora a garrafa seja simples, trata-se de uma preciosidade avaliada em 1 milhão e 300 mil euros, a garrafa. Cf. SOARES, Viviane. Os 10 whiskys mais caros do mundo. *Ekonomista*. [online]. Cidade do Porto, Portugal. Postado em: 06 nov. 2016. Disponível em: <https://www.e-konomista.pt/artigo/whiskys-mais-caros-do-mundo/>. Acesso em: 16 jun. 2019.

significados<sup>207</sup>. No caso dos produtos de luxo, enquanto as camadas de rendas mais elevadas expressam seu *status* através deste consumo, as camadas menos abastadas buscam se aproximar delas procurando emular seus hábitos de consumo.

Além da reafirmação de prestígio dos segmentos mais altos da “Classe C”, o *boom* midiático da gastronomia funciona como a outra ponta do fenômeno da gourmetização, que se observa atualmente no Brasil e que, por seu turno, retroalimenta a representação da cachaça como *gourmet*.

Programas dedicados ao tema da culinária ganharam um espaço estrondoso na mídia. O grande exemplo, a franquia *MasterChef* – produzida em mais de quarenta países, no formato *reality show* –, estreou no Brasil em 2014 na Rede Bandeirantes, alcançando índices excepcionais de audiência<sup>208</sup>. Para se ter uma ideia, o último episódio da segunda temporada bateu recordes de audiência, liderando o Ibope por mais de 19 minutos e superando, inclusive, a Rede Globo.

Conforme esclarece Bárbara Libório, em matéria de 2015, publicada no jornal *Brasil Econômico*, um ano depois de sua estreia, o *MasterChef* Brasil esgotou suas cotas de patrocínio, contabilizando entre seus patrocinadores o Carrefour, que deixou de patrocinar o Big Brother, até então o *reality show* mais assistido do país.

Entre as várias mudanças da décima quinta edição do reality show Big Brother Brasil, uma não passou despercebida pelo mercado: o programa perdeu o patrocínio do Carrefour, que por anos foi o "supermercado oficial da casa mais vigiada do Brasil". A rede de supermercados mudou a estratégia e, no ano passado, patrocinou a primeira edição do reality culinário *MasterChef*. Em 2015, será patrocinadora master da segunda edição<sup>209</sup>.

No Brasil, os realities de culinária, que já faziam sucesso na TV a cabo, na esteira do *MasterChef* migraram para a TV aberta, alavancando a audiência das emissoras. Além disso, o sucesso do *reality* alavancou outros, como *Cozinha sob pressão* (SBT) na TV aberta;

<sup>207</sup> PORTER, Michael E. *Competitive strategy: techniques for analysing industries and competitors*. New York: Free Press, 1980.

<sup>208</sup>A franquia *MasterChef* foi criada no Reino Unido em 1990 e relançada em 2005 pelos produtores Karen Ross, John Silver e Franc Roddan, sendo este último é o idealizador original da série. Além do programa original, *MasterChef* possui outras quatro versões: *MasterChef Junior* (onde os cozinheiros são crianças), *MasterChef The Professionals* (em que os competidores são cozinheiros profissionais), *Celebrity MasterChef* (com pessoas famosas cozinhando) e *MasterChef All-Stars* (onde ex-concorrentes participam para levantar fundos para a caridade). No Brasil, além da versão original, com cozinheiros amadores, a Band exibe a versão Júnior e a Profissional.

<sup>209</sup> LIBÓRIO, Bárbara. Realities culinários fazem sucesso na TV aberta e conquistam anunciantes. *Brasil Econômico* [Online]. Postado em: 06 mar. 2015. Disponível em: <https://economia.ig.com.br/2015-03-06/realities-culinarios-fazem-sucesso-na-tv-aberta-e-conquistam-anunciantes.html> Acesso em: 14 jun. 2019.

*Cozinheiros em Ação* (GNT) na TV a cabo e, ainda, um canal todo dedicado a programas de culinária, o *Food Network*, também na TV a cabo. Para Marcelo Pontes, líder da equipe de marketing da rede de televisão ESPM, os realities de culinária colocaram a culinária “na moda”, impondo à TV a sua própria adaptação:

Você vê isso pela enorme quantidade de restaurantes que estão abrindo e o aumento dos cursos técnicos e superiores. Mesmo aqueles que não levam como negócio veem como um hobby que entrou na moda. É legal, é bacana, é chique falar que sabe cozinhar. Nessa onda, a TV também entrou [...] <sup>210</sup>

Este *boom* de informação culinária, também dissemina conhecimento acerca da alta gastronomia. No entanto, mesmo com crescimento econômico das camadas de rendas mais baixas, a alta culinária ainda é inacessível para vasta parte da população. Dessarte, a recorrência midiática do tema não apenas tornou o público ciente da existência da comida de luxo como também implantou o desejo por uma comida diferenciada em termos de composição e apresentação.

Assim, em virtude desta série de fatores, o mercado *se adapta*, oferecendo a variante *gourmet* – de luxo acessível –, numa tentativa de emular em qualidade e aparência os “comes e bebes” da *haute cuisine*, por um preço que “cabe no bolso” do novo consumidor. No caso do Brasil, conforme observado anteriormente, o consumidor dos segmentos mais abastados da “nova classe média”. Assim, como observa Daniel Gambarro,

[...] ao mesmo tempo em que ela [a classe pequeno-burguesa] se afasta da conformação e hedonismo das classes populares, tenta se aproximar das classes altas, das vanguardas e do consumo do que é “tradicionalmente bom”. Na ausência de uma competência natural para realizar essa apropriação, o pequeno-burguês acaba frequentando círculos e consumindo objetos mais próximos de sua própria realidade <sup>211</sup>.

Na esteira deste processo abre-se um vasto mercado suplementar. Diferentes organizações, na medida do seu funcionamento e no andamento de seus processos, promovem, autorizam e retroalimentam a representação da “cachaça refinada”, de “paladar diferenciado”, de “apresentação luxuosa” e, portanto, *gourmet*.

Neste amplo campo de possibilidades organizacionais, a pesquisa destaca, em primeiro lugar, o investimento na mídia televisiva e eletrônica, resultante direto da ascensão dos programas culinários. Em se tratando da mídia eletrônica, importa registrar que, por ser um

---

<sup>210</sup> Id. Ibid.

<sup>211</sup> GAMBARRO, Daniel. Bourdieu, Baudrillard e Bauman: o Consumo Como Estratégia de Distinção. *Revista Novos Olhares*. São Paulo, v.1, n.1, p. 22, 2012.

espaço mais barato e democrático, a internet também é o meio mais utilizado para a divulgação da cachaça.

Há milhares de perfis nas redes sociais como Facebook, Twitter e Instagram, além de *sites*, *blogs* e *vlogs* sobre o tema. No caso dos blogs e sites incluem-se os já citados *Mapa da Cachaça* e *Site da Cachaça*, além dos *e-commerces* das próprias bebidas ou empórios virtuais como a *Cachaçaria Nacional* e o *Mercado da Cachaça*.

Em se tratando dos *vlogs* em canais abertos no YouTube, há apreciadores, especialistas ou jornalistas. A pesquisa identificou vários e com milhares de inscritos. Como exemplo, cita-se aqueles produzidos pelos próprios sites que já se dedicam ao tema tais como: *Mapa da cachaça*, *Quintal da Cachaça* e *Cachaça Saliníssima* – este último voltado exclusivamente à cachaça da região de Salinas. Além destes, registre-se os canais de divulgação dos profissionais ligados à cachaça *gourmet*, como o *Escritório Personal Cachacier*, *Cássia Cachacier – Consultoria em bebida elaborada com alto requinte*; *Cachacier e Cachaça do Bruno*.

Por fim, embora não seja dedicada especificamente ao tema, a pesquisa julga pertinente lembrar o canal *Miolos Fritos*. Destinado a um público “nerd” que “[...] gosta de star wars, rock'n roll, zumbis, fala élfico ou apenas quer aprender umas receitas pra não fazer feio na cozinha”, possui vários episódios dedicados especificamente à cachaça e à sua harmonização com os pratos apresentados nos seus vídeos.

No âmbito dos programas televisivos, não raro os culinários dedicam espaço para receitas e ou harmonização de pratos com cachaça. O próprio *MasterChef Brasil*, por exemplo, já colocou aos seus participantes desafios que envolviam a criação de pratos com a bebida. Aliás, o próprio *Chef Henrique Fogaça* – um dos jurados do programa – em 2015 lançou uma *Carta de Cachaça* em um de seus restaurantes, o “Sal gastronômico”<sup>212</sup>.

Não obstante, a pesquisa identificou um programa, veiculado pela + Globosat – um dos canais pagos do Sistema Globo de Comunicação – dedicado especificamente à cachaça: o *Bendita Marvada*. O programa foi concebido no formato de série documental. Sua primeira temporada estreou em 26 de agosto de 2016, contemplando 13 episódios de 25 minutos cada. Como dito anteriormente, é exibido pelo Canal +Globosat, às sextas-feiras às 21h, com reprises aos sábados às 18h; domingo às 20:30h; segunda às 20:30h; terça às 12:20h e quarta

---

<sup>212</sup> Ver: HENRIQUE Fogaça, do Master Chef, lança carta de cachaças. *Mapa da cachaça*. Campinas, 03 de setembro de 2015. Disponível em: <https://www.mapadacachaca.com.br/noticias/henrique-fogaca-do-masterchef-lanca-carta-de-cachacas>. Acesso em 02 jun. 2019.

às 18:30h. O canal pode ser visto na NET, Sky, Claro, Vivo TV e OiTV e pelo aplicativo Globosat Play.

FIGURA 21. Logomarca do Programa Bendita Marvada



Fonte: Globosat Play (2019)

A produtora do programa é *Superticion Content* que contrata, além do apresentador Arthur Veríssimo e do diretor John Porciuncula, a *Sommelière* Isadora Bello Fornari responsável pela consultoria de produção e de conteúdo. Já a animação de abertura é assinada por Fábio Arcosi.

FIGURA 22. Trecho da animação de abertura do Programa Bendita Marvada



Fonte: Globosat Play (2019)

Os episódios da primeira temporada foram gravados em quatro estados brasileiros: Minas Gerais, Santa Catarina, São Paulo e Rio de Janeiro, percorrendo ao todo quase 5 mil quilômetros, em 37 dias de jornada. Para esta primeira empreitada foram feitas 85 entrevistas, utilizadas para compor os seguintes episódios, conforme sinopses apresentadas pelo canal:

*Episódio 1. O Primeiro Copo* (Exibição em 26 de agosto de 2016). Apresentação do projeto. Bendita Marvada é uma série documental, criada e produzida para televisão brasileira, que conta a história da cachaça, uma bebida genuinamente brasileira.

*Episódio 2. Mulé Benedita X Mulé Marcada* (Exibição em 2 de setembro de 2016). Arthur vai conhecer mulheres que bebem cachaça e também são especialistas no assunto. Em visita a Paraty, mostra como é feita a cachaça Maria Izabel, que tem alma feminina.

*Episódio 3. I Love Cachaça* (Exibição em 9 de setembro de 2016). Quem nunca viu um gringo apaixonado por cachaça não vive no Brasil. Arthur Veríssimo mostra que a bebida mais brasileira de todas, também tem sotaque internacional.

*Episódio 4. Em família.* (Exibição em 16 de setembro de 2016). O país está cheio de alambiques familiares e Arthur Veríssimo vai visitar alguns para tentar entender o que acontece quando a cachaça vira negócio de família.

*Episódio 5.* [não disponível]. Para se fazer a Bendita Marvada é preciso dedicação e muito trabalho. Por isso, Arthur vai conhecer os trabalhadores que transformam a cana em pinga e o que fazem para ela chegar até a sua mesa.

*Episódio 6. Cultivada Para Dourar* (Exibição em 30 de setembro de 2016). Um episódio dedicado ao lugar onde a cachaça é mais produzida no país: Minas Gerais. O “jeitin mineirin” da aguardente mineira traz diferenças históricas e no feito, com o uso de diferentes madeiras.

*Episódio 7. O Malandro Mudou* (Exibição em 7 de outubro de 2016). Arthur vai mostrar que o malandro foi a alma da cachaça por muito tempo, mas... ele não é mais o mesmo. Agora, é a boemia que cumpre esse papel e os boêmios estão nas ruas e bares de todo Brasil.

*Episódio 8. Em Direção à Elite* (Exibição em 14 de outubro de 2016). Bendita Marvada mostra a transformação da vida social da cachaça. Se um dia a bebida foi rechaçada, hoje representa muito bem a alta sociedade.

*Episódio 9. Música Cachaceira* (Exibição em 21 de outubro de 2016). Do brega, passando pelo forró, sertanejo e chegando até na bossa nova, a cachaça também foi representada pela música. Bendita Marvada vai mostrar o lado musical da bebida.

*Episódio 10. Água que Arde* (Exibição em 28 de outubro de 2016). Aguardente é quente. Arde, tempera e chacoalha. Bendita Marvada vai mostrar que a cachaça já está na noite brasileira. Afinal, a pinga é jovem, estilosa e está nos lugares mais descolados do país.

*Episódio 11. Do Fundo do poço ao topo* (Exibição em 4 de novembro de 2016). Nesse episódio Arthur mostra como muitas cachaças passaram do artesanal para o mundo tecnológico, não apenas na produção, mas também nas mídias e diferentes formas de abordagem do mercado.

*Episódio 12. Na boca do povo* (Exibição em 11 de novembro de 2016). A cachaça já entrou na cozinha dos grandes chefs brasileiros. Harmonização, uso no preparo de pratos imponentes e o prazer de beber. Arthur mostra que a Bendita Marvada já está na alta gastronomia.

*Episódio 13. A cachaça tem sabor* (18 de novembro de 2016). Nesse episódio, Bendita Marvada mostra que, no avanço da cultura cachaceira, as pingas de todo o país ganharam novos sabores e comprova que a cachaça tem assinatura e sabor bem brasileiros<sup>213</sup>.

O apelo da cachaça positivada na representação *gourmet*, também alcança o mercado livreiro. São vários os títulos de livros lançados na atualidade, em formato impressos e *ebook*, que abordam a cachaça sob os mais diferentes prismas. Destinados a profissionais e apreciadores comuns, dedicam-se a fornecer guias de degustação, história, receitas. Além disso, são apresentados em edições refinadas, com plena atenção aos detalhes: com projeto gráfico, ilustrações e capas primorosas. Quando impressos, muitos possuem por suporte papeis de luxo, com gramaturas mais encorpadas e interior de capa colorido. Alguns exemplos desta produção:

- *Cachaças: Bebendo e aprendendo. Guia prático de degustação*, de Marcelo Câmara, publicado em 2006 pela Editora Mauad;
- *Cachaça: história, elaboração, serviço e degustação. Um guia para profissionais e apreciadores*, de Jairo Martins da Silva, publicado em 2008 pela Editora Anhembi Morumbi.
- *Cachaça: Ciência, Tecnologia e Arte*, de André Ricardo Alcarde, publicado em 2017 pela editora Blucher;
- *Cachaça: História, gastronomia e turismo*, também de Jairo Martins, publicado em 2018 pela Editora do Senac de São Paulo;
- *Bíblia da cachaça*, originalmente em inglês, escrito por Ricardo Ditchun, com tradução de Rafa Lombardino e publicado também em 2018 pela Editora Lafonte.

---

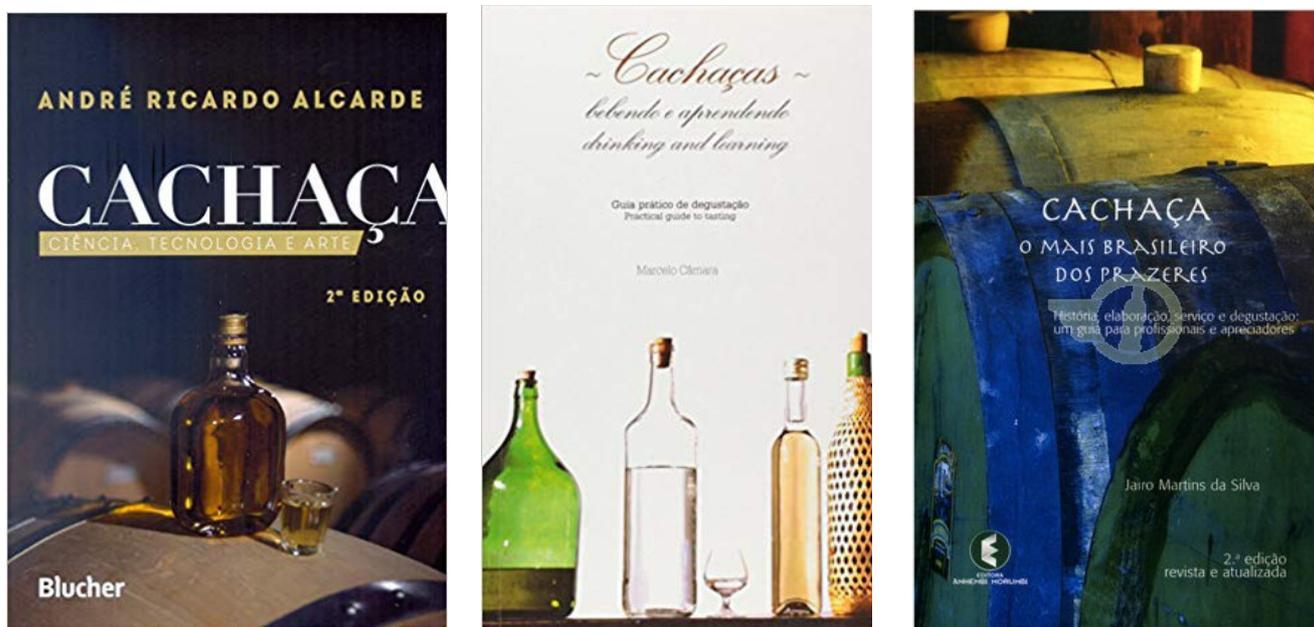
<sup>213</sup> BENDITA Marvada. Primeira Temporada [Online]. *Globo Comunicações e Participações S.A.* Disponível em: <https://globosatplay.globo.com/globosat/bendita-marvada/>. Acesso em 12 dez. 2018.

Ainda podem ser inseridos nas publicações dedicadas à cachaça, os livros voltados para os coquetéis de cachaça. Com edições igualmente primorosas, destaca-se como exemplo dois dos livros da autora Míriam Cerutti, que também é produtora da cachaça *Maria Boa*:

- *Coquetéis com cachaça e Delícias brasileiras com cachaça*
- *Caipirinha: 60 dicas testadas e aprovadas.*

Os dois livros são apresentados em português e em inglês. Editados pela autora, foram publicados pela Editora Gralha Azul.

FIGURAS 23. Capas de livros sobre Cachaça



Fonte: Registro da autora com dados da pesquisa (2018)

A cachaça *gourmet* também alimenta e é alimentada pela indústria do entretenimento, do turismo, da prestação de serviços, da criação de novos profissionais. Nesta ponta do *organizing* podem ser colocados os novos espaços destinados ao consumo selecionado de cachaças artesanais em seu formato *gourmet*: as cachaçarias presentes de norte a sul do território nacional.

Criadas com o fito específico de atrair uma clientela selecionada e com poder aquisitivo alto, são apresentadas das mais diferentes formas, a critério do conceito e do design: desde prédios antigos e velhos armazéns revitalizados até casas de shows modernas. Em Belo Horizonte, capital de Minas Gerais, o “Guia Mais” lista numa única página mais de quinze estabelecimentos, dentre os quais citam-se:

- Tonel – cachaçaria e butiquim;
- Cachaçaria Pinga nu ninho;
- Cervejaria e cachaçaria clube mineiro;
- Cachaçaria sabor de Minas;
- Todos os santos cachaçaria; Moendas Gerais – cachaçaria;
- Armazém e cachaçaria pro santo;
- Cachaçaria água doce; Alambique – cachaçaria e armazém;
- Cachaçaria Salineira;
- Cachaçaria Mineiríssima;
- Casa da cachaça;
- Cachaçaria Barroca;
- Cachaçaria Nacional.

FIGURA 24. Interior da Cachaçaria Nacional – Belo Horizonte (MG)



Fonte: Tripadvisor Brasil (2019)

Também aqui se encontram empresas prestadoras de serviços. Neste campo, diferentes organizações oferecem cursos profissionalizantes, workshops, palestras e assessorias para produtores e comerciantes. É o caso, por exemplo da ABS – Associação Brasileira de

Sommeliers que na sua seção mineira, a ABS - Minas, oferece o curso de *Sommelier de Cachaça*, com a seguinte proposta:

O curso de formação profissional Sommelier de Cachaça oferece um mergulho no mundo dessa bebida por meio de conhecimentos sobre a história, o mercado e sua produção. As abordagens práticas, permitem ao participante saber diferenciar e identificar a qualidade da cachaça ao ser degustada. Tem por objetivo a formação de especialistas em cachaça oferecendo um aprofundamento em Análise Sensorial, Degustação e Harmonização de Cachaças com abordagem prática da degustação de diferentes cachaças. O Curso foca tanto a formação de profissionais do mercado quanto na qualificação do conhecimento dos apreciadores. O desafio é capacitar profissionais de mercado – garçons, maitres, bartenders e até mesmo gerentes e proprietários de estabelecimentos, recomendar com convicção a cachaça adequada ao cliente e transmitir segurança no detalhamento das características de cada cachaça que integra sua carta. A combinação harmônica da cachaça com pratos típicos da culinária brasileira ou internacional tem por fundamento os princípios básicos de harmonização gastronômica<sup>214</sup>.

Finalmente, no âmbito do turismo a cachaça *gourmet* alinhava o mercado do entretenimento composto pelas cachaçarias e seus profissionais, mas também agregando organizações. É, por exemplo, o caso do Projeto Cachaça *Gourmet*. Sediado na capital de Minas Gerais, promove anualmente o Festival de Cachaça *Gourmet* em diversas localidades do país. De acordo com a CNTUR – Confederação Nacional do Turismo,

[...] Belo Horizonte é a sede, a base experimental do Projeto Cachaça *Gourmet*. Há 6 anos sempre reúne negócio, gastronomia, turismo, música e cachaça. No decorrer destes anos, o evento cresceu em proporção e expandiu para outras vertentes e estados brasileiros. O número de restaurantes e produtores de cachaça participantes é um exemplo desse crescimento: em 2009 o projeto iniciou-se com 12 restaurantes e 12 marcas de cachaça apenas de Minas. Em 2013 chegou a 40 restaurantes e 40 cachaças de todo o país e realizou sua primeira edição em Natal-RN. Em 2014, o Projeto chegou ao Vale do Paraíba reuniu seis cidades, 30 marcas de cachaça e mais 30 restaurantes. O número de casas participantes vem aumentando a cada ano. [...] Neste Projeto, a cozinha brasileira e a sua cachaça de alambique, utilizadas de forma conjunta, são pontos focais onde se busca a valorização da nossa tradição culinária para apresenta-la traduzida em uma nova cozinha, ou “NOUVELLE CUISINE”, como diriam os franceses, apontando para um futuro de sabores e prazeres que reforçam ainda mais a nossa criatividade e identidade<sup>215</sup>.

<sup>214</sup> ABS –MINAS. Associação Brasileira de Sommeliers - Minas. *Curso de sommelier de cachaça*. Disponível em:

<https://abs-minas.com.br/curso/curso-sommelier-de-cachaca-2/>. Acesso em 02 jun. 2019.

<sup>215</sup> CNTUR. Confederação Nacional do Turismo. *2ª edição do Festival Cachaça Gourmet e Café Vale do Paraíba*. Disponível em: <http://cntur.com.br/2a-edicao-do-festival-cachaca-gourmet-e-cafe-vale-do-paraiba/>. Acesso em 01 jun. 2019.

Destarte, a representação da cachaça como *gourmet* é uma, dentre as várias respostas dadas pelo mercado, a um novo perfil de consumidor que viu seu poder aquisitivo ampliado. Ao que tudo indica, ao consumidor de “classe média alta” aparecem como opções os produtos de alto luxo e também a cachaça artesanal, produzida regionalmente. Esta que pode ter características de regional, ainda que não deixe de ter os componentes da representação de cachaça nacional.

As representações – *gourmet*, artesanal, regional, nacional – das quais a pesquisa se ocupou até aqui, por diversas vezes se sobrepõem. Nem sempre as representações convivem de forma harmônica no interior das organizações. No campo das representações pode ocorrer um embate entre as organizações responsáveis pela promoção daquelas representações, exprimindo nelas as disputas que ocorrem entre grupos e sujeitos. Como se discutiu anteriormente, embora toda cachaça artesanal seja regional, nem toda cachaça artesanal é *gourmet* e nem toda cachaça regional é artesanal. O mesmo ocorre no que diz respeito à relação regional-nacional. Este embate, em particular, pode ser acompanhado de forma mais explícita na construção e na desconstrução da “cachaça mineira” conforme se discutirá no capítulo a seguir.



FIGURA E. Cachaça com queijo. Fonte: Flickr Hive Mind (s.d.).

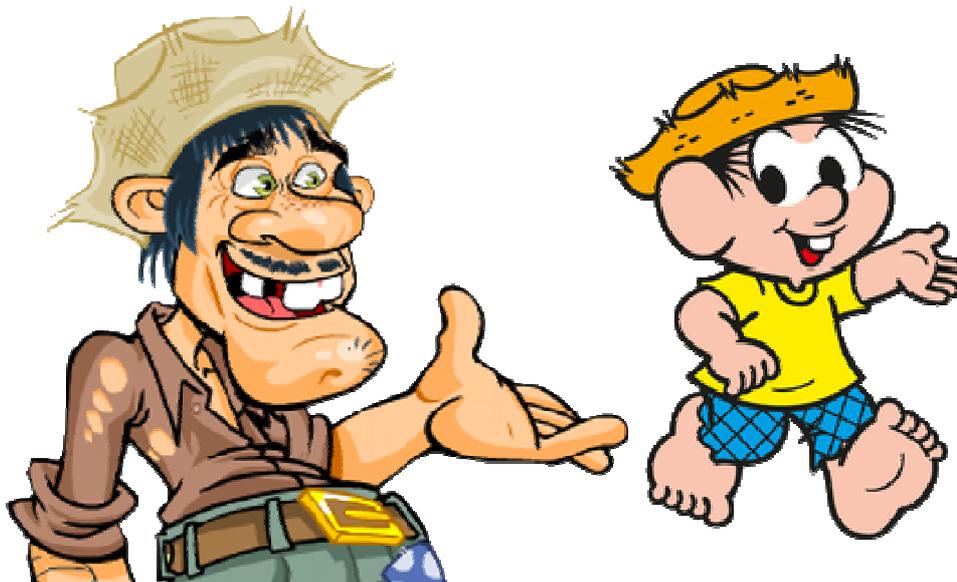
## CAPÍTULO 4. CACHAÇA MINEIRA: CONSTRUÇÃO E RESSIGNIFICAÇÃO

O capítulo que ora se apresenta tem por objetivo discutir a cachaça produzida no Estado de Minas Gerais, tomando-a como exemplo das interconexões que perpassam as diferentes representações da cachaça em seu processo de *Organizing*. Neste sentido, discute-se como a cachaça mineira transversaliza a representação da cachaça como regional, buscando na “tipicidade” mineira a demarcação da sua especificidade e da sua inserção no mercado. O capítulo se encerra discutindo como este processo, liderado por uma organização representativa, a AMPAQ – Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade –, é reconstruído, na medida em que a própria organização se ressignifica, transformando-se em ANPAQ – Associação Nacional dos Produtores e Integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique.

### 4.1. O mineiro e a mineiridade

A figura do mineiro e de sua pertença cultural, habita uma larga faixa do imaginário popular. Dentro deste imaginário, o mineiro é identificado com um sujeito simples, não raro matuto e desconfiado. Representado em piadas, “causos” e desenhos, o mineiro é o “caipira da roça”, de fala errada, chapéu e pito de palha. Criança, é o “Chico Bento”, criação em quadrinhos de Maurício de Souza. Adulto, é o “Nhô Dito”, criação do canal de humor “Anima Tunes”.

FIGURAS 25. “Nhô Dito” e “Chico Bento”.



O personagem “Nhô Dito”, criado por Baltazar Paprocki Neto, – ilustrador digital e proprietário do canal do YouTube Anima Tunes – foi concebido originalmente para representar o “caipira” e não o “mineiro”. Na verdade, o personagem se relaciona muito mais com o Paraná do que com Minas Gerais, pois apresenta forte sotaque paranaense e faz diversas referências aos seus “parentes” naquele Estado.

Entretanto, uma vez na internet, o desenho foi e permanece sendo retirado do seu contexto original, servindo para ilustrar sites, blogs e outras mídias sociais, como Facebook e Twitter, por sujeitos que se dedicam a explorar aspectos do *mineiro* e da sua *mineiridade*. São, por exemplo, os casos do perfil “Jeito Mineirinho” e do Website “Visite Minas”. Este último, em matéria intitulada “Mineirês: o dialeto mineiro”, oferece como ilustração o desenho do Nhô Dito e seu compadre, o Nhô Onofre, editado para representar dois mineiros... pensando num queijo!<sup>216</sup>

FIGURA 26. Mineiro pensando em queijo



Fonte: Website Visite Minas (2014)

A figura de Nhô Dito responde a uma representação caricata do “mineiro típico” que o correlaciona com o mundo rural e, é claro, com a comida. Entretanto, esta representação que integra um certo imaginário sobre a “roça”, ao menos atualmente pouco se conecta a realidade que se observa no universo rural de Minas Gerais.

<sup>216</sup> A ilustração de Nhô Dito aparece indicada diversas vezes em pesquisa direcionada no *Google Imagens*, para a palavra: “mineiro”. Além disso, em todos os resultados apresentados pelo buscador, a imagem do mineiro apresentada é semelhante à ilustração, reproduzindo trajes e adereços. Veja: “Jeito Mineirinho”: <https://twitter.com/jeitomineirinho> e “Visite Minas”: <http://www.visiteminas.com/mineires-o-dialeto-mineiro/>.

Desde a década de 1970, o processo de modernização imprimiu ao campo brutais transformações. Se, por um lado, levou ao surgimento do “agronegócio”, suprimindo práticas tradicionais de produção e alterando a face do campo, inclusive com tecnologias digitais<sup>217</sup>, por outro engoliu pequenos produtores, impulsionando o êxodo rural e a urbanização.

Com base em trabalhos que discutiram a temática<sup>218</sup>, Floriania Rosa da Silva esclarece que transformações que se deram no Brasil, entre as décadas de 1970 e 1980, alcançaram especialmente o estado de Minas Gerais e, dentro dele, principalmente a região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba<sup>219</sup>. De acordo com a autora, ante a necessidade capitalista de se desenvolver economicamente essa região, incentivando o setor agrário, grandes lavouras de café, soja e milho avançaram sobre o cerrado. Este movimento concentrou riquezas e introduziu sofisticadas tecnologias, capazes de substituir a mão de obra humana e transformar a paisagem do campo, expulsando da terra os seus moradores.

A partir dos anos 2000, novas transformações seriam impostas à Minas Gerais e ao cerrado mineiro. Ainda de acordo com a autora, “[...] os investimentos nos biocombustíveis, tal como o álcool veio, mais uma vez, modificar o cerrado. As plantações de cana-de-açúcar e a implantação de usinas não só alteraram a paisagem, como também hábitos, costumes e tradições”<sup>220</sup>. Muitos dos homens e mulheres que saíram de suas terras, foram para cidades de médio porte e ali engrossaram suas periferias. De acordo com Silva, estes sujeitos levaram na bagagem as suas tradições, reinventando-as no cadinho da experiência urbana:

Os lavradores, arrendatários, os pequenos proprietários, pressionados por grandes latifundiários, saíram de suas casas, deixando para trás seu modo de sobrevivência e cotidiano, “substituídos” pela forma urbana de ser e viver.

<sup>217</sup> A Embrapa – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária –, criada em 1973, se antes dedicava-se exclusivamente à pesquisa e ao desenvolvimento, atualmente funciona também como “facilitadora” de tecnologias digitais, atuando como ponte entre produtores rurais, empresas e investidores. A título de exemplo, a Embrapa facilitou a adoção de uma série de aplicativos que hoje já estão incorporados à rotina do campo, como: aplicativos que avisam ao produtor de leite quando a vaca pode ser emprenhada ou quando o bezerro está pronto para o desmame; aplicativos que a partir de informações atualizadas diariamente das estações meteorológicas do país (cerca de 1600), indicam ao produtor a melhor época para o plantio de cada produto, previsão de chuvas, seca, geadas etc. ou, ainda, aplicativos que permitem o reconhecimento fotográfico de pragas, produção sustentável de mate, controle e gerenciamento do rebanho de corte, dentre vários outros. Para saber mais, consulte a página de “Soluções Tecnológicas”, no link “Produtos/Categoria: Software” da Embrapa, disponível em: <https://www.embrapa.br/solucoes-tecnologicas>.

<sup>218</sup> A autora se apoia em: GONÇALVES NETO, Wenceslau. *Agricultura e política agrícola na década de 70: a cafeicultura em Araguari – MG*. 1983. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1983; e PESSOA, Vera Lúcia Salazar. *Ação do Estado e as transformações agrárias no cerrado das Zonas de Paracatu e Alto Paranaíba – MG*. 1988. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 1988 e MACHADO, Maria Clara Tomaz. *Cultura Popular e desenvolvimento em Minas Gerais: caminhos cruzados de um mesmo tempo (1950-1985)*. Tese (doutorado em História). São Paulo: USP/FLCH, 1998.

<sup>219</sup> SILVA, Floriania Rosa da. *Na embriaguês da cachaça: produção, imaginário e marketing* (Minas Gerais - 1982-2008). 2009. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2009.

<sup>220</sup> Id., *Ibid.*, p. 16.

Os “caipiras” foram para as cidades, mas levaram consigo suas culturas, conhecimentos e costumes, provocando o que os estudiosos chamam de descolamentos culturais e a ruralização do urbano. [...] O caipira levou tudo que foi possível: a planta, a galinha, o porco, o carro de boi, partes do monjolo, das engenhocas usadas na fabricação de açúcar, rapadura e/ou cachaça. Trouxe também a memória e as recordações da terra, da vida no campo. Os costumes, as tradições, os objetos e materiais trazidos, bem como seus usos foram sendo aos poucos (res)significados, como o ferro à brasa, agora usado como peça decorativa, ou para guardar coisas (grampo de cabelo, cliques etc.)<sup>221</sup>.

O assunto foi amplamente estudado por Maria Clara Tomaz Machado<sup>222</sup> que, ao refletir sobre o processo de modernização do cerrado mineiro, foi capaz de identificar as resistências da cultura popular, através de práticas e de representações que se reencenam no espaço urbano: as festas de folias de reis, as quadrilhas, as simpatias, as benzeções... Mas também o café coado em pano, o queijo, as quitandas, as panelas de ferro, os fogões a lenha dos restaurantes típicos, a “típica” cachaça mineira...

O “típico” também se transformaria em estratégia de sobrevivência para os pequenos produtores, que conseguiram permanecer no campo. O investimento na produção de produtos típicos fez emergir um novo produtor rural que, conforme se viu anteriormente, insere seu produto no mercado de trocas globalizado, a partir da sua especificidade cultural. Dentre estes produtos se encontra a “cachaça mineira”, produzida “tradicionalmente”.

Na representação da “tipicidade” mineira, a cachaça integra a relação imaginária construída entre o mineiro e a *cozinha*. Dentro deste imaginário, hospitalidade e mesa farta são uma parte da “mineiridade” e algo “inerente” ao mineiro e à Minas Gerais. A ideia é tão forte que, mesmo em 2017, já no primeiro parágrafo de artigo publicado na revista “Pensar Gastronomia”, Júnia Maria de Castro Jung e José Gomes da Silva afirmam:

Não há como falar de Minas ou do mineiro sem relacioná-lo a uma mesa de quitandas, queijo, um café fresco e pão de queijo feito na hora. Se existe algo que é nacionalmente conhecido como especificidade do mineiro é sua hospitalidade, na maioria das vezes expressada através da oferta de algum alimento e da sua tradicional cozinha mineira<sup>223</sup>.

---

<sup>221</sup> Id. Ibid., p. 16-17. A questão também é abordada por MACHADO, Op. cit., 1998.

<sup>222</sup> Maria Clara Tomaz Machado possui uma vasta e rica produção intelectual que aborda os mais diferentes aspectos da Cultura Popular em Minas Gerais. Um compilado desta produção, que abarca trabalhos publicados desde fins da década de 1980, pode ser conferido na coletânea: KATRIB, Cairo Mohamad Ibrahim; SANTOS, Tadeu Pereira (org.). *Clareando caminhos: o pensar, o fazer e o ensinar de Maria Clara Tomaz Machado – uma historiadora à frente do seu tempo*. Uberlândia: Culturatrix, 2018.

<sup>223</sup> JUNG, Júnia Maria de Castro Jung; SILVA, José Gomes da Silva. Pão de queijo: estudo de campo de consumidores de Belo Horizonte e região metropolitana para identificar a representatividade do pão de queijo na identidade mineira. *Revista Pensar Gastronomia*, v.3, n.2, p.1-32, jul. 2017. Disponível em:

Em artigo publicado em 2006, Mônica Abdala observa que a comida é um elemento central na identidade dos grupos<sup>224</sup>. Em muitos deles, a referência à “cozinha típica e tradicional” representa suas imagens internas e, ainda, aquelas que extrapolam as fronteiras da sua região. Também para a autora, as cozinhas regionais resultam de fatores históricos e simbólicos, de modo que suas “tradições” são construídas historicamente, através de gerações. No caso de Minas Gerais, Abdala compreende que o padrão alimentar “tipicamente mineiro” foi forjado ao longo dos últimos séculos, em dois momentos distintos. O primeiro, o da mineração, teve seu apogeu no século XVIII e foi marcado pela escassez, devido às dificuldades de abastecimento externo e de toda a mão de obra estar direcionada para a mineração. Neste período, os mineiros aprenderam a utilizar na cozinha todos os recursos que estavam disponíveis, desenvolvendo um abastecimento baseado em “culturas de quintal”. Já o segundo momento, quando impera a “fartura”, é o da concentração da vida econômica e social nas fazendas, que sucedeu ao declínio das minas e durou do final do século XVIII até o início do século XX. Desta forma,

[...] o cardápio considerado “típico mineiro” tem sua formação nesses dois períodos, remontando à ocupação do território para a busca do ouro, sendo resultado de um conjunto de fatores que combinam determinantes históricas e simbólicas, conformando padrões alimentares e de convívio caracterizados por uma longa duração. Atravessando os séculos, chegaram até nós alguns dos principais pratos da culinária regional mineira, como o feijão tropeiro, o angu de milho verde ou de fubá com frango, a paçoca de carne seca, farofas, couve, o lombo e o pernil assados, leitoa pururuca, o torresmo, o tutu e toda uma série de pratos em que predominam as carnes de porco e de frango<sup>225</sup>.

Por outro lado, Abdala reconhece que tanto os viajantes estrangeiros, que percorreram o Brasil no século XIX, quanto memorialistas e cronistas, contribuíram significativamente para o *desenho intelectual* de uma tipicidade mineira, fundada na tradição de “servir mesas fartas”. Não obstante, a chamada “cozinha mineira” também nasceu de uma intrincada elaboração *política* que, dentro das inúmeras expressões culinárias do estado, selecionou determinadas tradições alimentares em detrimento de outras<sup>226</sup>.

Como observa Liana Maria Reis, o mesmo ocorre com a ideia da *mineiridade*, sobre a qual a “típica culinária mineira” se assenta:

---

[http://revistapensar.com.br/gastronomia/pasta\\_upload/artigos/a71.pdf](http://revistapensar.com.br/gastronomia/pasta_upload/artigos/a71.pdf). Acesso em 31 mar. 2019.

<sup>224</sup> ABDALA, Mônica Chaves. Sabores da tradição. *Revista do Arquivo Público Mineiro*. Belo Horizonte, v. 1, n. 2, p. 120, 2006.

<sup>225</sup> Id. Ibid.

<sup>226</sup> Id., Op. cit., 2018.

[...] a mineiridade é uma construção imaginária, com base na história, elaborada por uma elite política que se apropriou de fatos históricos regionais e, portanto, de particularidades de uma região de Minas, tornando-a universal, reconhecida pelos brasileiros e mineiros, para preservar-se no exercício do poder, mantendo seus privilégios. Essa elite elaborou uma autoimagem com atributos originados do passado e reconstruídos para legitimar sua diferença em relação a outros políticos brasileiros [sic]<sup>227</sup>.

A interpretação de Reis, assim como a de Abdala, dialoga diretamente com as reflexões postas na obra “*Mitologia da mineiridade: o imaginário mineiro na vida política e cultural do Brasil*”, de Maria Arminda do Nascimento Arruda, publicada originalmente em 1999<sup>228</sup>. Leitura obrigatória, para quem visita o polêmico tema da mineiridade, apresenta uma preocupação explícita em definir esta espécie de “espírito mineiro”.

O ponto de partida da autora, foi perceber que, além de uma cultura política manifesta em obras literárias e de memorialistas, existe uma apropriação política da mineiridade em plano nacional. Ao longo de suas reflexões, Arruda procura demonstrar o processo de construção da “identidade mineira”, sua transformação em mito e a apropriação política deste mito.

Neste particular, o mito da mineiridade também deve bastante às impressões dos viajantes estrangeiros. Coube a viajantes oitocentistas como Auguste Saint-Hilaire, Richard Burton, John Mawe, Spix, Martius e outros, difundirem originalmente a ideia de que os mineiros são hospitaleiros, tranquilos e naturalmente inclinados à moderação. Logo, já no princípio do século XX, os políticos e a intelectualidade mineira promoveriam uma autoimagem de conciliadores, equilibrados e avessos aos radicalismos.

A estes atributos, apresentados agora como “inerentes”, se somariam comportamentos pertinentes aos mineradores do século do ouro, como a desconfiança, o trabalho em silêncio e a astúcia. Finalmente, se acrescentaria a cozinha, com todos os sabores, odores e saberes, completando o que Mônica Abdala chamou de “receita de mineiridade”<sup>229</sup>.

É importante lembrar, ainda, que a ideia de uma típica cozinha mineira também aparece na literatura sobre o tema como resultada de apropriação política. Este é o argumento do sociólogo Carlos Alberto Dória em obra publicada em parceria com o *Chef* Marcelo Corrêa Bastos. Em *A culinária caipira da Paulistânia*, os autores defendem que uma mesma

<sup>227</sup> REIS, Liana Maria. Mineiridade: identidade regional e ideologia. *Cadernos de História*, Belo Horizonte, v. 9, n. 11, 1 sem. 2007, p. 90.

<sup>228</sup> ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. *Mitologia da mineiridade: o imaginário mineiro na vida política e cultural do Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1999.

<sup>229</sup> ABDALA, Mônica Chaves. *Receita de mineiridade – a cozinha e a construção da imagem do mineiro*. 2 ed. Uberlândia: Edufu, 2007.

cozinha caipira, nascida a partir de técnicas e ingredientes utilizados pelos guaranis, espalhou-se pelo território que compreende hoje os Estados de São Paulo, Minas Gerais, Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Paraná, Santa Catarina, parte do Rio de Janeiro e do Espírito Santo e, ainda, a região das Missões, no Rio Grande do Sul<sup>230</sup>.

Com base em uma extensa pesquisa de receitas tradicionais de todos aqueles Estados, os autores identificaram uma série de constantes, tanto de ingredientes quanto de preparo, o que indicaria que nenhum dos Estados possui uma culinária típica e singular. Para os autores, esta mesma culinária identifica hábitos alimentares de um vasto território, o qual denominam de “Paulistânia”, referindo-se à vasta área percorrida pelos bandeirantes nos primeiros séculos da colonização.

Diante destes elementos comuns, a chamada “cozinha mineira” seria uma apropriação política, conforme destaca Carlos Alberto Dória em entrevista concedida a João Fellet, em 2018, para o jornal online da BBC News-São Paulo:

A partir dos anos 1970, houve um esforço do governo de Minas para criar o mito da mineiridade. Vários intelectuais foram envolvidos, inclusive Carlos Drummond de Andrade. Em contraposição, não existem referências fortes ao passado caipira entre os paulistas e, especialmente, entre os paulistanos. Até porque, quando olhamos para trás, nossos avós (em São Paulo) são italianos, espanhóis, asiáticos<sup>231</sup>.

Para Dória, ainda, transferiu-se para Minas Gerais o conceito de cozinha caipira o qual se fundiria, posteriormente com o de mineiridade. Aqui neste estudo, no entanto, admite-se a concepção de Abdala, para quem as tradições, embora comportem formas de articulação e construção que envolvem interesses econômicos e políticos, são fundadas em experiências vividas e suas significações. No dizer da autora: “[...] as tradições dizem respeito à forma como os atores sociais constroem suas relações no tempo e no espaço, dando-lhes sentido no seu cotidiano e ressignificando-as. Esse é um fator importante a ser considerado, ainda que sejam alvos privilegiados de construção intelectual e política” (2019, p. 161<sup>232</sup>).

Cabe pontuar que a cachaça é parte dessa “tradição mineira”, parece apenas não ter sido devidamente incluída, observada e explorada como objeto de pesquisa com o vagar que se faz necessário para enxergar suas nuances.

<sup>230</sup> DÓRIA, Carlos Alberto; BASTOS, Marcelo Corrêa. *A culinária caipira da Paulistânia – a história e as receitas de um modo antigo de comer*. São Paulo: Três Estrelas, 2018.

<sup>231</sup> FELLET, João. Por que este especialista diz que a “culinária mineira é um mito”? *BBC News – São Paulo*. [Online]. Postado em: 8 dez. 2018. Disponível em:

<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-46403816>. Acesso em: 10 maio. 2019.

<sup>232</sup> ABDALA, Mônica Chaves. Práticas sustentáveis temperadas por memórias e experiências. *Revista Ingesta*, São Paulo, v.1, n.1, mar 2019.

## 4.2. A cachaça de Minas

Desde o final do século XVIII, a cachaça se destaca na economia de Minas Gerais<sup>233</sup>. Em 1817, já no alvorecer do século XIX, ao percorrer as nascentes do São Francisco e “aprear” em Salgado, a atual região de Januária, no norte de Minas, Saint Hilaire escreveu: “[...] O açúcar e a aguardente são os principais gêneros que Salgado oferece em troca aos mercadores de sal, e é fácil compreender que vantagens que deve fluir desse comércio uma localidade que, por sua lavoura, constitui no deserto uma espécie de oásis”<sup>234</sup>.

Alguns anos depois, em 1836, a Província de Minas Gerais seria submetida a uma tributação exclusiva: o imposto sobre a produção de aguardente, baixada sobre os setores canavieiro e comercial. Esta tributação revela que uma das saídas encontradas pelos mineiros, para dinamizar a economia da Província, após o esgotamento das minas, foi, enfim, a produção de cana e seus derivados.

Ao se debruçar sobre os registros dos engenhos, contabilizados nos “*Mapas de Engenhos Aguardenteiros e Casas de Negócio de 1836*”<sup>235</sup>, e referentes a todos os distritos de Minas, Marcelo Magalhães Godoy apresenta as seguintes conclusões:

Minas Gerais foi, durante o século 19 e início da centúria seguinte, o mais importante espaço canavieiro do Brasil. Para a década de 1830, estima-se a existência em Minas de 4.150 unidades produtivas com transformação da cana-de-açúcar. A soma de todos os engenhos do litoral nordestino, do norte fluminense e do Planalto Paulista, as principais regiões produtoras de açúcar para mercados externos, não alcançava a metade do número de engenhos mineiros. Para este mesmo período, estima-se que 40% da força de trabalho escrava de Minas Gerais, ou mais de 85 mil cativos, era empregada, sazonalmente, na fabricação de açúcar, rapadura e aguardente. [...] Ainda

<sup>233</sup> Ver: ZEMELLA, Mafalda. *O abastecimento da capitania das Minas Gerais no século XVIII*. Boletim n. 118, FFCL da Universidade de São Paulo, 1951.

<sup>234</sup> SAINT-HILAIRE, Auguste de. *Viagem às nascentes do rio S. Francisco e pela província de Goyaz* [1871]. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1937, p. 346-347.

<sup>235</sup> Os mapas tinham por objetivo inventariar o universo de contribuintes da Província de Minas Gerais, diante um novo tributo criado em 1836, exclusivo para os setores canavieiro e comercial. Assim, a documentação produzida pelos fiscais “[...] conformam as mais extensas e detalhadas relações nominais de proprietários de engenhos de cana e estabelecimentos comerciais do Oitocentos mineiro. Para os engenhos foram informados regularmente o nome e sobrenome dos engenheiros bem como a força motriz dos equipamentos de moagem. Além dessas informações, os responsáveis pelos mapas acrescentaram, irregularmente, uma miríade de informações não solicitadas, como: composição da força de trabalho, escala da produção, derivados elaborados e destino da produção. A representatividade e cobertura dos mapas remanescentes são excepcionais, abarcam aproximadamente 71% dos distritos, e a população correspondente supera 76%”. GODOY, Marcelo Magalhães. O primado do mercado interno: a proeminência do espaço canavieiro de Minas Gerais no último século de hegemonia das atividades agroaçucareiras tradicionais no Brasil. *Estudos Econômicos*, São Paulo, v. 38, n. 4, 2008, p. 816.

para a quarta década do Oitocentos, estima-se que Minas produzia [...] mais de 22 milhões de litros de aguardente<sup>236</sup>.

Para corroborar a afirmação acima, Godoy demonstra que em 1836 a Província de Minas Gerais possuía 4.150 engenhos de cana. Destes, 1680 dedicavam-se, exclusivamente à produção de cachaça. A Tabela 2, elaborada pelo autor, revela que a despeito de haver uma concentração de engenheiros aguardenteiros na região centro-sul da Província, fato é que a produção de cachaça se espalhava por todo o território mineiro<sup>237</sup>:

TABELA 2. Estimativa regional do número de engenhos de cana, Minas Gerais, 1836

| Regiões                            | Engenhos<br>Aguardenteiros | Engenhos<br>Rapadureiros<br>e/ou<br>açucareiros | Engenhos<br>aguardenteiros e<br>rapadureiros e/ou<br>açucareiros | Total de Engenhos |       |
|------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-------------------|-------|
|                                    |                            |                                                 |                                                                  | n.º               | %     |
| Vale do Alto-Médio São Francisco   | 44                         | 44                                              | 20                                                               | 108               | 2,6   |
| Sertão                             | 26                         | 26                                              | 12                                                               | 64                | 1,5   |
| Minas Novas                        | 137                        | 137                                             | 65                                                               | 339               | 8,2   |
| Triângulo                          | 27                         | 27                                              | 13                                                               | 67                | 1,6   |
| Araxá                              | 31                         | 31                                              | 15                                                               | 76                | 1,8   |
| Paracatu                           | 10                         | 10                                              | 4                                                                | 24                | 0,6   |
| Sertão do Alto São Francisco       | 29                         | 29                                              | 14                                                               | 71                | 1,7   |
| Sertão do Rio Doce                 | 1                          | 1                                               | 0                                                                | 2                 | 0,0   |
| Diamantina                         | 15                         | 15                                              | 7                                                                | 36                | 0,9   |
| Vale do Médio-Baixo Rio das Velhas | 127                        | 127                                             | 60                                                               | 314               | 7,6   |
| Intermediária de Pitangui-Tamanduá | 241                        | 241                                             | 113                                                              | 595               | 14,3  |
| Mineradora Central Oeste           | 430                        | 430                                             | 202                                                              | 1062              | 25,6  |
| Mineradora Central Leste           | 202                        | 202                                             | 95                                                               | 500               | 12,0  |
| Mata                               | 97                         | 97                                              | 46                                                               | 239               | 5,8   |
| Sudeste                            | 75                         | 75                                              | 35                                                               | 185               | 4,5   |
| Sul Central                        | 140                        | 140                                             | 66                                                               | 347               | 8,4   |
| Sudoeste                           | 49                         | 49                                              | 23                                                               | 121               | 2,9   |
| Minas Gerais                       | 1680                       | 1680                                            | 790                                                              | 4150              | 100,0 |

Fonte: Godoy (2008).

<sup>236</sup> Id. Ibid., p. 816.

<sup>237</sup> Os números apresentados por Godoy são estimativas calculadas com base na documentação por ele pesquisada. Sua metodologia e fórmulas de cálculo estão consistentemente descritas no artigo do qual retiramos a tabela. Veja: Id. Ibid., p. 819 -820.

Os números estimados pelo pesquisador podem ser sensivelmente maiores. Com base em informação enviada à Assembleia da Província em 1845, pelo então governador Quintiliano José da Silva<sup>238</sup>, Marcelo Godoy afirma que:

Foram estimadas 4.150 unidades com cultivo e transformação da cana, número que se coaduna com o cálculo apresentado pelo presidente da província em 1845. Entretanto, o exame do texto da *Fala dirigida à Assembléia Legislativa* sugere que o número de engenhos provavelmente era muito maior. O presidente declarou ter dados para 28 dos 42 municípios da província. Faltavam, portanto, informações para um terço das municipalidades. Se os 4.429 engenhos forem divididos pelos respectivos 28 municípios, resultará média de 158 unidades produtivas com cultivo e transformação da cana por município. Se considerada a mesma média para os 14 municípios que não enviaram a “relação dos engenhos”, resultam mais 2.212 unidades. Somados aos dados referidos por Quintiliano, a província de Minas Gerais apresentaria 6.641 engenhos de cana<sup>239</sup>.

Godoy também mapeou a rede comercial de venda de bebidas em Minas Gerais. De acordo com os dados encontrados, o autor calcula que existiam 6,5 mil casas de negócios nos distritos mineiros. A cachaça estava presente em 69,7% deles. Já caros vinhos importados somavam apenas 12,9% dos estoques.

A proeminência da produção açucareira de Minas Gerais durou até a década de 1920, quando grandes usinas, lastreadas pelos latifúndios de outras regiões, sobrepujaram os engenhos mineiros. No bojo deste processo, a cachaça mineira se “ensimesma”, voltando-se para uma produção em menor escala, nos alambiques tradicionais<sup>240</sup>. O retorno do produto ao proscênio da economia do estado se daria na década de 1980, no contexto da modernização agrícola e, atrelado a ela no investimento simbólico na “mineiridade”.

Ora, pesquisando sobre a cozinha e a construção da imagem do mineiro, Mônica Abdala observou que entre as décadas de 1980 e 1990, houve uma intensa articulação entre setores governamentais, personalidades políticas e profissionais da área da alimentação com vistas a documentar e articular a comida “tradicional típica” com a elaboração daquela imagem. Para a autora:

Essa articulação permanece e se renova desde o final dos anos 1990 até os dias atuais, contando com numerosas iniciativas por parte de profissionais da

<sup>238</sup> “Pela relação dos engenhos que exige dos delegados de Polícia se conhece que só em 28 Municipios, que ja se achão lançados no Mappa, se contão 4:429 engenhos: nos 14 que faltão devem pelo menos haver 571, e por isso creio que não exagero, quando conto haver na Provincia pelo menos 5:000 Engenhos”. SILVA, 1846, p. 112, *apud* GODOY, *Ibid.*, p. 820.

<sup>239</sup> *Id.*, *Ibid.*, p. 820.

<sup>240</sup> *Id.* *Ibid.*, p. 845.

alimentação, de turismo, empreendedores, gestores culturais e pesquisadores, muitas delas com apoio do governo do estado, para realizar projetos visando o desenvolvimento e a divulgação da “cozinha típica” tida como grande riqueza cultural mineira<sup>241</sup>.

Movimentação semelhante se observa com relação à cachaça. Com um pequeno, porém substancial, deslocamento, se estabeleceu uma série de iniciativas, articulações e alianças, com vistas a dotar a cachaça produzida no estado de Minas Gerais da especificidade mineira. Diferente da cozinha que “integra” a mineiridade, se investe na mineiridade como elemento integrante do produto cachaça, feito no estado. Trata-se, como visto, de um investimento sólido, pontual e determinado de *place branding*, com o objetivo de vender uma cachaça específica, cujo diferencial e valor simbólico reside, justamente, na representação da sua “mineiridade”. Destarte, os valores “inerentes” aos mineiros, são agora transpostos para a cachaça, não apenas “produzida em Minas”, mas a *Cachaça de Minas*.

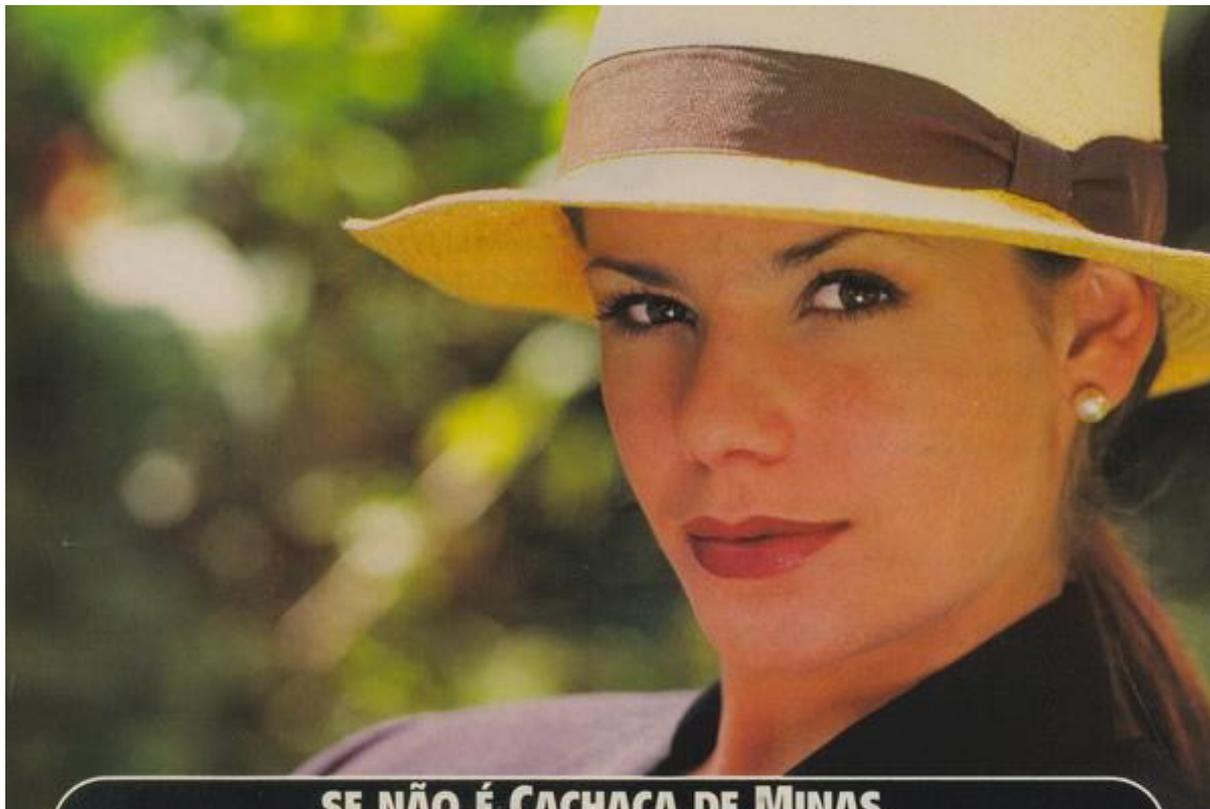
A peça publicitária, ilustrada pela Figura 25, foi veiculada em junho de 1997 nas páginas da Revista Isto é. Produzida pela Agência Ação, teve como anunciante a Secretaria de Agricultura de Minas Gerais que, por seu turno, bancou a campanha publicitária com duas importantes entidades, que se articularam em torno da “Cachaça de Minas”: a AMPAQ, no cartaz denominada de “Federação das Associações Mineiras de Produtores de Cachaça de Qualidade” e o PRÓ-CACHAÇA – Programa Mineiro de Incentivo à Produção de Aguardentes de Qualidade.

A “Cachaça de Minas”, anunciada na propaganda, é resultante de seus esforços de apresentar ao mercado um produto com qualidades *mineiras*: feito sem alarde, com o *máximo de cuidado*, preza do princípio ao fim *pela qualidade*, reafirmada pela nomenclatura das próprias entidades envolvidas na sua produção. Seu propósito dialoga diretamente com o seu momento histórico, expressando o investimento mineiro na sua própria cachaça.

---

<sup>241</sup> ABDALA, Op. cit., 2018.

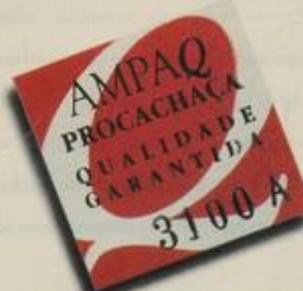
FIGURA 27. Campanha publicitária: Cachaça de Minas. Junho de 1997



**SE NÃO É CACHAÇA DE MINAS,  
FAÇA COMO OS MINEIROS: DESCONFIE.**

Ninguém mais precisa ter dor de cabeça com cachaça. Está no mercado a Cachaça de Minas, resultado do programa PROCACHAÇA, desenvolvido pela Secretaria de Estado da Agricultura, em parceria com o Sistema AMPAQ. Todos os alambiques filiados estão produzindo cachaça de alta qualidade, testada e comprovada. Feita com cana selecionada, fermento natural e o máximo de cuidado em cada fase da produção. Com a melhoria da qualidade,

o objetivo é também conquistar novos mercados, no Brasil e no exterior, o que resultará na geração de milhares de novos empregos em Minas. Agora, todo mineiro vai ficar com um pé atrás se alguém lhe oferecer alguma marca que não tenha o selo de qualidade da Cachaça de Minas.



*procachaça*  
Federação das Associações Mineiras de Produtores de Cachaça de Qualidade

AGRICULTURA  
GOVERNO DE MINAS GERAIS  
MINAS TRABALHA E FAZ ACONTECER

Fonte: Revista Isto é (1997)

Conforme destacou Floriana Rosa da Silva, o processo de modernização do espaço rural e agrícola brasileiro alterou sobremaneira a produção da cachaça<sup>242</sup>. No caso da produção mineira, os anos de 1980 e 1990 marcaram um investimento incisivo na produção do destilado, com apoio financeiro em pesquisa e a tentativa institucional de controle da produção artesanal e da melhoria da qualidade do produto. Data deste período a criação de várias instituições e iniciativas, destinadas a promover aquela qualificação.

Destaca-se, em primeiro lugar, a ação do INDI – Instituto de Desenvolvimento Industrial de Minas Gerais. O movimento de valorização da cachaça mineira tem raízes nesta entidade quando, em 1982, de forma emblemática, publicou um estudo setorial chamado "Aguardente de Minas". Segue-se ao diagnóstico do INPI, a Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade, AMPAQ, criada em 1988 e que, em 1990 aprovou seu Programa de Qualidade. Em 1992, registra-se a criação do Programa Mineiro de Incentivo à Produção de Aguardentes de Qualidade, o PRO-CACHAÇA, regulamentado em 1993. Em 2001, o projeto “Diagnóstico da Cachaça de Minas Gerais”, o “Plano de Reestruturação da Cadeia da Cachaça de Alambique de Minas Gerais” e ainda o “Decreto da Cachaça de Minas”, que tornou a cachaça Patrimônio de Cultura Imaterial do Estado.

Finalmente, em 2003, foi formalizada a “Rede Mineira de Tecnologia da Cachaça” – RMTTC, com apoio das universidades UFMG, UFV, UFOP, UFLA – que participaram com cursos e pesquisas – da EPAMIG e também da AMPAQ. A Rede tinha como meta consolidar Minas Gerais como centro de tradições, tecnologia, negócios e serviços ligados à cachaça.

O alinhavo histórico destas organizações, com o desenvolvimento do setor de cachaça em Minas Gerais, tem origem em 1982. Neste ano o INDI publicou o primeiro diagnóstico do setor alambiqueiro do Estado, o já citado relatório *Aguardente em Minas Gerais*. O diagnóstico identificou que embora as pequenas fábricas artesanais de cachaça fossem tradicionais no cenário produtor de Minas, seu baixo nível tecnológico e pouca estrutura de comercialização as impediam de competir com as aguardentes industrializadas, disponíveis no mercado<sup>243</sup> Todavia, conforme analisa Floriana Rosa da Silva,

[...] mesmo com a aguardente industrial sendo importada pelo mercado mineiro de outros estados brasileiros, como São Paulo, e vendida a baixo custo para o consumidor final, as fábricas artesanais continuavam existindo paralelamente. Sobreviviam à concorrência, revelando existir no mercado consumidores que almejavam uma bebida diferente da ofertada pelas

---

<sup>242</sup> SILVA, Floriana R. Op. cit., 2009.

<sup>243</sup> Cf. RIBEIRO, José Carlos Gomes Machado. *Fabricação Artesanal da Cachaça Mineira*. 2 ed. Campinas: Perform, 2002.

grandes indústrias, um produto diferenciado, de melhor “qualidade”; para isso, estas pessoas estavam dispostas a pagar mais<sup>244</sup>.

Diante do “novo mercado” que se abria, as organizações produtoras mineiras investiram na “tradição de fabricação artesanal”, otimizando-a de modo a aumentar sua competitividade no mercado. Desta feita, somam-se os esforços do poder público com a iniciativa privada, promovendo o setor, “[...] inclusive financiando a implantação de novas unidades para produção de cachaça. Entre 1982 e 1987 foram cerca de duzentos (200) projetos”<sup>245</sup>.

Além disso, duas organizações fundamentais para o desenvolvimento do setor emergem neste período: a AMPAQ, em 1989; e Programa Mineiro de Incentivo à Produção de Aguardente, o *Pró- cachaça*, em 1992. Para o SEBRAE, estas duas iniciativas marcaram uma mudança na visão por parte dos órgãos públicos e da iniciativa privada no que diz respeito às potencialidades da cachaça mineira<sup>246</sup>.

É importante lembrar, ainda, que o início da década de 1990 marcou o projeto de *place branding* mineiro, com o objetivo de valorização da marca “Minas”. O projeto tomou forma com a Secretaria do Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento - SEAPA/MG, através do programa de qualidade e produtividade na agricultura. A iniciativa permitia oferecer subsídios aos agricultores mineiros para concorrerem no mercado cada vez mais globalizado, contemplando uma extensa lista de setores. Dentre outros, o programa incentivava a “[...] Cachaça de Minas, pão-de-queijo de Minas, queijo de Minas, carne de sol do Norte de Minas, doces de Araxá, pé-de-moleque de Piranguinho, rocambole de Dores do Indaiá”<sup>247</sup>. Além disso, integrou-se ao projeto uma série de iniciativas turísticas como, por exemplo, a roteiro Estrada Real que incluía visitas a alambiques e degustação de cachaças, na rota *gourmet*, como oferta da experiência marcante que envolve o produto “cachaça mineira”.

O programa *Pró- cachaça* surgiu no quadro de reestruturação da agricultura mineira, com o objetivo de coordenar as ações públicas e privadas tendo em vista as transformações na cadeia produtiva da cachaça. Conforme esclarecem Silva e Lima,

O seu foco abrangeria o controle de qualidade e produtividade, desde a obtenção da matéria-prima, passando por todas as etapas da cadeia produtiva, até a comercialização do produto. O programa foi criado ainda

<sup>244</sup> SILVA, Op. cit., 2009, p. 25.

<sup>245</sup> Id. Ibid., p. 25.

<sup>246</sup> SEBRAE/MG. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Diagnóstico da Cachaça de Minas Gerais*. Belo Horizonte, 2001.

<sup>247</sup> SILVA, Leonardo Henrique de Almeida e; LIMA, Ivis Bento. Cachaça de Minas e desenvolvimento rural: uma análise do cooperativismo como impulso para o agronegócio. *Revista Vertentes*, São João del Rei, v.1, n.1, 2006, p. 100.

com o objetivo de promover a valorização da bebida, preservar-lhe o valor cultural, moldar e gerenciar políticas de fomento a atividade, mobilizando entidades e estimulando projetos de pesquisa, assistência técnica, comercialização e exportação do produto<sup>248</sup>.

Do ponto de vista conceitual, o *Pró- cachaça* dialogava com os fundamentos do sistema europeu de *denominação de origem* e sua valorização de produtos artesanais com forte tradição cultural. O certificado de *Appellation d'Origine Controlée* designa a origem de um produto – país, região ou localidade geográfica específica – que lhe confere características especiais e exclusivas: valores históricos, culturais e de credibilidade absorvida ao longo do tempo. Este reconhecimento oficial surgiu na Europa, em 31 de outubro de 1958, com a assinatura do *Acordo de Lisboa relativo à protecção das denominações de origem e ao seu registo internacional e o seu Regulamento de Execução*, por representantes dos seguintes países: Cuba, Espanha, França, República Popular da Hungria, Israel, Itália, Portugal, República Popular Romena e Marrocos<sup>249</sup>.

O objetivo formal do acordo era de que, com o passar do tempo, os produtos aos quais se conferissem o certificado fossem reconhecidos e cobiçados no mundo por suas arraigadas tradições culturais. A certificação de origem mostrou-se extremamente eficaz mediante a vitória dos viticultores da região de Champagne, na França, que conseguiram da União Europeia, em 1998, que os suíços do cantão de Champagne retirassem de seus vinhos o rótulos com a palavra “Champagne”<sup>250</sup>.

Amparados pelo Acordo de Cooperação Técnica e Científica, celebrado entre Brasil e França na década de 1960, missões de técnicos e empresários de Minas Gerais mineiros visitaram organizações francesas com o objetivo de colher subsídios para implantarem a

<sup>248</sup> Id. Ibid, p. 105.

<sup>249</sup> ACORDO de Lisboa. Decreto-Lei n.º 46852 Acordo de Lisboa relativo à protecção das denominações de origem e ao seu registo internacional e o seu Regulamento de Execução. *Gabinete de documentação e direito comparado*. Paço do Governo da República, Lisboa, 2 de fevereiro de 1966. Disponível em: <http://gddc.ministeriopublico.pt/sites/default/files/documentos/instrumentos/dl46852.pdf>. Acesso em 13 jun. 2019.

<sup>250</sup> O nome *Champagne* é uma AOC, a mais rigorosa Denominação de Origem utilizada em França, equivalente à DOC utilizada em Portugal. A indicação "AOC" nunca aparece nas etiquetas das garrafas de champanhe, pois todos os vinhos com o nome original "Champagne" são produzidos na região, seguindo a legislação. A defesa do nome por parte dos produtores vem desde o século XVII, quando os espumantes da região adquiriram renome internacional. Em 1889, a Corte de Cassação de França expediu entendimento de que “só é champanhe se for de Champanhe”, condenando os produtores do Vale do Loire a retirarem do rótulo de seus espumantes a palavra “champanhe”. Em 29 de junho de 1936 o INAO reconheceu oficialmente Champagne como uma *Appellation d'Origine Contrôlée* ou A.O.C. Qualquer vinho semelhante, mesmo produzido pelo método champanhês noutros locais ou países só pode apelidar-se de "espumante" e nunca "champahe". Por este motivo, a comuna de Champagne, na Suíça teve que renunciar a mencionar o nome “Champagne” nos vinhos produzidos em seu território, mediante apelação dos franceses à União Europeia em dezembro de 1998. Para saber mais consulte o condensado publicado pelo INPI em 2011, o qual contém o texto original de 1936. Disponível em formato PDF no link: <file:///C:/Users/User/Downloads/Champagne.pdf>

certificação no Estado. Desta forma, tendo por base o certificado de *Appellation d'Origine Controlée*, o governo mineiro implantou o *Sistema de Certificação da Cachaça de Minas*, mediante assinatura de convênio entre a Secretaria de Agricultura, Pecuária e Abastecimento e a AMPAQ, no ano de 1996.

Para os articuladores do *Pró-cachaça*, a Cachaça de Minas possuía as condições necessárias para seguir o exemplo dos produtores franceses da região de Champanhe. Dentre as características que permitiriam a certificação de origem da Cachaça de Minas, nos moldes dos produtos franceses, elegiam-se: “[...] a tradição, produto tipicamente rural, a imagem do produto associada à do Estado, tendência em se produzir dentro de certos padrões, produção artesanal, exigência de qualidade mínima”<sup>251</sup>.

Por outro lado, a alta informalidade no setor era um entrave importante ao desenvolvimento da produção que se pretendia certificar. Nestes termos, o protagonismo da AMPAQ, na normatização da cachaça artesanal foi fundamental. Nascida em 1988, pela iniciativa de 30 produtores, a “Associação Mineira de Produtores de Cachaça de Qualidade”, definia em seus primeiros objetivos:

Cultivar as relações entre as pessoas ligadas à produção da cachaça; Apoiar pesquisas tecnológicas para aperfeiçoar a produção do destilado; Incentivar a produção da cachaça promovendo a sua interiorização e consequente desenvolvimento econômico; Apoiar os projetos de leis que atendam ao desenvolvimento do setor; Prestar assistência (assessoria) técnica e jurídica aos associados, amparando-os em seus interesses perante os poderes públicos; Estabelecer normas técnicas e regulamentos para disciplinar as atividades do setor; Colaborar na legalização da produção e comercialização da cachaça; Estabelecer o padrão de qualidade da cachaça de Minas Gerais<sup>252</sup>.

Os objetivos definidos pela AMPAQ instrumentalizavam a ação conjunta entre o governo e os produtores, valorizando e normalizando o setor. A associação oferecia cursos técnicos e orientações para a produção da cachaça, estruturados em normas que deveriam ser seguidas por seus associados. Além disso, também orientava todo o processo produtivo: adubação do solo, utilização de mudas certificadas, colheita, transporte, moagem e a filtragem do caldo de cana, fermentação, destilação, armazenamento, envelhecimento, envase e rotulagem do produto final.

Coube à AMPAQ a criação de um selo de qualidade, conferido somente às cachaças que correspondessem aos padrões preestabelecidos, como forma de diferenciarem as marcas

---

<sup>251</sup> Id. *Ibid.*, p. 105.

<sup>252</sup> SILVA, Op. cit., 2009, p. 26.

de melhor qualidade. O selo AMPAQ, concedido por sua coordenação de autofiscalização tornou-se referência de qualidade para consumidores e comerciantes.

FIGURA 28. Selo de qualidade – AMPAQ



Fonte: Registro da Autora (2017)

O plano estratégico que criou a representação regional *Cachaça de Minas*, atingiu a sua consagração em 2001, com a publicação da Lei Estadual n. 13. 949. Esta lei, que estabeleceu “o padrão de identidade e as características do processo de elaboração da Cachaça de Minas”, definia que:

[...] Art. 4º - O mosto fermentado será destilado em alambiques de cobre providos de serpentina também de cobre, no prazo de até quarenta e oito horas após a colheita de cana-de-açúcar. [...]

Art. 7º - Os produtores e standardizadores que adotarem o processo de elaboração da Cachaça de Minas estabelecido nesta Lei receberão o Certificado de Controle de Origem, emitido pelo órgão estadual competente, de acordo com as características culturais e geográficas de cada região produtora do Estado.

§ 1º - O certificado de que trata o “caput” deste artigo não será concedido ao produtor que, no processo de elaboração da Cachaça de Minas, descumprir as obrigações de natureza fiscal ou o disposto na legislação ambiental ou sanitária.

§ 2º - Compete ao Poder Executivo cancelar, a qualquer tempo, a concessão do Certificado de Controle de Origem do produto que deixar de apresentar as características da Cachaça de Minas previstas nesta Lei.

Art. 8º Somente poderá ostentar na embalagem a expressão “Cachaça de Minas” o produto obtido segundo o processo de elaboração previsto nesta

lei. Parágrafo único – A “Cachaça de Minas” produzida em região demarcada conterà em seu rótulo a indicação de sua origem<sup>253</sup>.

A Lei n. 13. 949 também estabeleceu marcos comemorativos. Definiu em seu artigo 10º o dia 21 de maio como o dia da “Cachaça de Minas”, em comemoração ao início da safra. E, em seu artigo 11º determinou a “Cachaça de Minas” como bebida oficial do Governo do Estado sendo obrigatoriamente servida em festas, recepções e eventos oficiais em que se ofereçam bebidas alcoólicas<sup>254</sup>.

Um ano depois, a Lei n. 13 949 foi regulamentada através do Decreto Estadual nº 42.644 de 05 de junho de 2002. Este decreto delimitou legalmente os parâmetros para definição do processo de elaboração da *cachaça artesanal*, doravante “Cachaça Artesanal de Minas” não apenas estabelecendo os parâmetros técnicos do processo produtivo, mas também resguardando as especificidades históricas e culturais das regiões de Minas Gerais<sup>255</sup>. Em vista disso, dedicou Seção II do Capítulo II, para determinar os indicadores para concessão da *Certificação de Origem*:

#### SEÇÃO II. Das Regiões Demarcadas e da Certificação de Origem

Art. 7º - Os produtores e standardizadores que adotarem o processo de elaboração da Cachaça Artesanal de Minas previsto neste Decreto receberão o Certificado de Controle de Origem emitido pelo Órgão Fiscalizador, de acordo com as características culturais e geográficas de cada uma das regiões produtoras do Estado.

§ 1º - O certificado de que trata o caput deste artigo não será concedido ao produto que apresentar irregularidade de natureza fiscal, ambiental ou sanitária relativa ao processo de elaboração da Cachaça Artesanal de Minas.

§ 2º - Compete ao Conselho Diretor do Pró-Cachaça, com base em processo informado pelo Órgão Fiscalizador, a qualquer tempo, cancelar a concessão do Certificado de Controle de Origem do produto que deixar de apresentar as características da Cachaça Artesanal de Minas prevista neste Decreto.

Art. 8º - A Cachaça Artesanal de Minas produzida em região demarcada conterà em seu rótulo a indicação de sua origem.

Art. 9º - Por região demarcada entende-se uma região geográfica que traduz um destilado alcoólico com características naturais, culturais e qualitativas particulares, cujo nome é utilizado na menção ao produto dela proveniente.

Art. 10 - A utilização de qualquer indicação de origem ou proveniência depende do preenchimento dos requisitos estabelecidos neste Decreto.

<sup>253</sup> MINAS GERAIS, Lei n.º 13.949, de 11 de julho de 2001. Dispõe sobre estabelecer o padrão de identidade e as características do processo de elaboração da “Cachaça de Minas” e dá outras providências. *Minas Gerais Diário do Executivo*, Belo Horizonte, 12 jul. 2001, p. 3, col. 1.

<sup>254</sup> Id. *Ibid.*

<sup>255</sup> No documento original, datilografado, o termo utilizado para definir o processo produtivo da “Cachaça de Minas” era *cachaça de alambique*. Todavia, no texto final, arquivado na Assembleia Legislativa de Minas Gerais, a expressão foi substituída por *cachaça artesanal*. Cópias dos dois documentos encontram-se ao final da presente tese, nos anexos.

Art. 11 - Constitui área referencial para o zoneamento da produção da Cachaça Artesanal de Minas a microrregião homogênea definida pelo órgão federal de geografia e estatística, conforme anexo II.

Art. 12 - Uma microrregião pode ser desmembrada em duas ou mais origens, e duas ou mais microrregiões podem se agrupar numa mesma denominação de origem se observado o seguinte:

I - O desmembramento de uma microrregião deve ser aprovado por, no mínimo, 80%(oitenta por cento) dos estabelecimentos produtores de cachaça nela localizados, legalmente registrados no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento;

II - A união de mais de uma microrregião para constituir uma única origem deve ser aprovada pela maioria dos estabelecimentos produtores de cada uma das microrregiões legalmente registrados no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

Art. 13 - Os procedimentos de desmembramento ou união de microrregiões para constituir uma região de origem serão regulamentados pelo Conselho Diretor do Pró-Cachaça.

Art. 14 - As expressões Cachaça Artesanal de Minas e Certificação de Controle de Origem somente poderão ser utilizadas na marca certificada, e em todas as unidades de venda do produto aprovado.

Art. 15 - O Certificado de Controle de Origem e o registro de estabelecimento de Cachaça Artesanal de Minas não podem ser cedidos a terceiros, salvo continuação de uso por sucessão, reconhecida pelo órgão fiscalizador.

Art. 16 - Suspensa ou cancelada a certificação de origem e o registro de estabelecimento ou da bebida, o estabelecimento está obrigado a cessar, imediatamente, toda e qualquer publicidade que tenha relação com os mesmos, retirando do mercado o produto com tais indicações no prazo de 30(trinta) dias.

Art. 17 - A utilização da certificação de origem e do registro de estabelecimento será cancelada, independente de penalidade, em caso de denúncia comprovada.

Art. 18 - Qualquer mudança no sistema de fabricação da Cachaça Artesanal de Minas e na origem do estabelecimento, que afetem as características da bebida e a indicação de proveniência, devem ser previamente aprovadas pelo órgão fiscalizador<sup>256</sup>.

Na condição de “Cachaça de Minas”, muitas marcas participam atualmente do mercado usufruindo de suas “múltiplas identidades” representacionais. Como cachaças artesanais, se adequam ao mercado *gourmet* e, igualmente, se habilitam no mercado

---

<sup>256</sup> MINAS GERAIS. Decreto 42.644 de 5 de junho de 2002 Regulamenta a Lei nº 13.949, de 11 de julho de 2001, que estabelece o padrão de identidade e as características do processo de elaboração da Cachaça de Alambique e dá outras providências. *Minas Gerais Diário do Executivo*, Belo Horizonte, 06 jun. 2002, p. 10, col. 1.

internacional como produtos genuinamente *brasileiros*. A título de exemplo, destacam-se quatro das marcas mineiras que participaram do último Festival de Cachaça *Gourmet*, que teve lugar em Casa Branca, região de Brumadinho, MG, no dia 18 de maio de 2019.

FIGURAS 29. Cachaças de Minas – Festival de Cachaça *Gourmet* (2019)



Fonte: Festival Cachaça Gourmet (2019)

Guaraciaba, Arandu, Prazer de Minas e Maria Andante, são marcas de cachaças que se colocam no mercado como Artesanais, Regionais, *Gourmets* e Nacionais. São reconhecidas internacionalmente e até premiadas, como é o caso da Guaraciaba. Expressam com bastante propriedade não apenas a sobreposição de representações que permeiam as cachaças, no processo de *organizing*, como exemplificam o produto *Cachaça de Minas*, produzido ao

longo do tempo, mediante um esforço conjunto de diferentes organizações que compõem a ponta mineira da cachaça no Brasil.

Ainda como exemplo, cabe registrar a Cachaça GRM, produzida em Araguari, MG. Conforme matéria publicada em 2013 pelo Guia BHR, a marca foi lançada em 2002, em Paris, no *Salon International d'Alimentation*, o mais prestigiado da Europa.

FIGURA 30. Cachaça GRM. Produzida em Araguari, MG.



Fonte: Guia BHR (2013)

Conforme se depreende do texto, a seguir, a GRM congrega em si todos os atributos representacionais discutidos na presente tese e que se inscrevem na “cachaça mineira” colocada no mercado internacional:

Produzida artesanalmente na região de Araguari, no Triângulo Mineiro, a bebida é embalada em garrafa requintada e fechada à rolha e tampa de vidro e destilada em alambique de cobre e envelhecida em barris de Carvalho, Umburana e Jequitibá Rosa. Dirigida a um público extremamente seletivo, a GRM prima pelos cuidados na sua produção, reunindo, em seu aroma, aspecto e sabor incomparáveis. Com todo o requinte da mais tradicional bebida brasileira, a *Cachaça GRM* é considerada um dos melhores destilados do mundo, pronta para ser degustada pelos apreciadores mais exigentes. A bebida foi eleita a melhor *Cachaça premium* do país, pela Revista Playboy, em 2003 e ficou entre as 20 melhores no *ranking* da revista, em 2007. Também foi premiada com medalha de ouro no *San Francisco World Spirits Competition*, um dos concursos mais importantes do setor de destilados nos

EUA. Criada para ser uma *cachaça premium* para exportação, a *GRM* conquistou rapidamente o mercado internacional [Grifos do autor]<sup>257</sup>.

Dessarte, como todo processo cultural este *organizing* também se transforma. Isto decorre tanto das pressões do mercado, quanto dos embates travados pelos sujeitos dentro das próprias organizações.

Em Minas Gerais, o exemplo mais contundente é o da AMPAQ, organização nascida no bojo da construção da *Cachaça de Minas* e da conseqüente valorização da cachaça como produto regional. Atualmente designada ANPAQ – Associação Nacional dos Produtores e Integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique –, procura se distanciar da representação regional para se identificar exclusivamente com a representação *artesanal*, congregando toda a cadeia produtiva nacional. Parte deste processo e sua interpretação pelos sujeitos inseridos no *organizing* serão discutidos a seguir.

#### 4.3. Regional e nacional: Ampaq e Anpaq

Em dezembro de 2016, a AMPAQ alterou seu Estatuto Social transformando-se em ANPAQ. A mudança, aprovada em assembleia pelos associados, demarca a passagem de uma organização de caráter regional, nascida em virtude dos investimentos na valorização de uma região específica e, atrelada a ela, uma cachaça específica: a *Cachaça de Minas*.

Conforme discutido anteriormente, embora a “Cachaça de Minas” devesse ser, inclusive por amparo legal, uma cachaça produzida artesanalmente – portanto, em alambique de cobre – sua representação assentava-se na “tradição” de Minas. Toda uma herança cultural, de cunho político e territorial, foi erigida em torno da marca *Minas*, atualizada através de um intenso programa de *place branding*. Neste contexto, a AMPAQ – Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade – tornou-se uma organização fundamental para certificar ao mercado o que tornava a cachaça de Minas uma bebida cuja qualidade está associada ao seu *terroir*.

Seu selo de qualidade foi estampado por décadas nas garrafas mineiras, atestando a sua qualidade e diferencial. Inclusive, com o formato especial, comemorativo dos 20 anos da entidade e referindo-se à cachaça como patrimônio cultural de Minas Gerais. A Figura 32, adiante, mostra os elementos que compuseram a representação da “Cachaça de Minas” autorizada pelo selo da AMPAQ, inclusive a alusão à bandeira do estado.

---

<sup>257</sup> GUIA BHR. Cachaça GRM: produção genuinamente brasileira que agrada o mundo. *Blog do Guia*. Postado em 16 fev. 2013. Disponível em: <https://www.guiabhr.com.br/blog/cachaca-grm-producao-genuinamente-brasileira-que-agrada-o-mundo/> Acesso em: 13 jun. 2019.

FIGURAS 31. Selos de Qualidade AMPAQ



Fonte: Site da Cachaça (2015).

FIGURA 32. Cachaça “Âmago da Tradição” com selo da AMPAQ



Fonte: Devotos da Cachaça (2016)

Instrumentalizando a ação conjunta entre governo e produtores, a Associação Mineira viabilizou a normalização da produção alambiqueira de *Minas Gerais*, permitindo a sua valorização no mercado nacional e internacional. A mudança experimentada em 2017, porém, deslocou a Associação de sua pertença regional, para articulá-la exclusivamente à produção

artesanal. Desta forma, seus associados decidiram por torna-la representativa *de toda a cadeia produtiva da cachaça de alambique*.

FIGURA 33. Logomarca da ANPAQ



Fonte: ANPAQ (2018)

Para o Sujeito 6, atual presidente da ANPAQ, a mudança atualiza o protagonismo da organização, pois diferente das *demais associações* que congregam apenas *produtores*, a agora ANPAQ permite abraçar todos os sujeitos envolvidos em todas as etapas do processo produtivo da cachaça de alambique:

[...] já passamos a ANPAQ para nacional. Até então todas as associações são associações de produtores de cachaça, eu não achava correto ter só... privilegiar o produtor... tem que ter a cadeia completa, então para pôr a cadeia produtiva dentro da entidade, aí nós transformamos a ANPAQ em ANPAQ nacional, englobando toda área da cadeia produtiva. Pessoal que faz garrafa, comercializa garrafa, fabrica rótulo, que fabrica os insumos necessários para cachaça e mesmo o fermento, implemento agrícola próprio para canavial. Eles todos pode participar da ANPAQ hoje. Isso foi a... tá sendo difícil, porque tem muita pressão de órgão outros aí, mas a gente tá saindo vencedor, por causa disso, porque muita gente está se associando a ANPAQ. Produtores, mas também outras atividades dentro da área da cadeia produtiva da cachaça<sup>258</sup>.

Ao agregar em seu interior os diferentes setores que concorrem para a produção da cachaça artesanal, automaticamente a Associação ampliou seu campo de ação para o território nacional. Desta forma, para José Otávio de Carvalho Lopes, presidente da ANPAQ,

[...] a Associação poderá receber qualquer integrante da cadeia produtiva da cachaça de alambique de todos os estados da Federação em seu quadro social. O sócio produtor, estandarizador, engarrafador, cooperativa e proprietário de marcas de qualquer Estado poderá passar por avaliação de

<sup>258</sup> SUJEITO 6. [Atual Presidente da ANPAQ – Associação Nacional dos Produtores e Integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique]. *Entrevista*. [Entrevista cedida a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital, Belo Horizonte, 19 de novembro de 2017.

sua(s) marca(s) para obter o SELO DE QUALIDADE ANPAQ [Grifos do autor]<sup>259</sup>.

Na entrevista concedida ao site institucional *Belo Horizonte Surpreendente*, o presidente da ANPAQ afirma ainda que a nova estrutura permitirá a “[...] validação sensorial e de qualidade num nível mais elevado, das cachaças dos associados”<sup>260</sup>. Por este motivo, de acordo com a nova proposta o significado conferido ao selo qualidade igualmente se altera.

A questão foi amplamente discutida no periódico da Associação, o *Cachaça com Notícia*. Como exemplo, destacam-se trechos do artigo assinado por Lopes e dedicado exclusivamente ao tema, *A importância do selo de qualidade para a cachaça de alambique*, no qual lê-se:

Esta edição do *Cachaça com Notícias* publica matéria sobre o Selo de Qualidade ANPAQ, sua história e objetivos. Criado para certificar a cachaça de alambique produzida em território mineiro, o selo tem agora abrangência nacional. A ANPAQ abrirá escritórios da CAQ em todos os estados associados e já discute a metodologia, de forma a permitir sua atualização e o treinamento dos responsáveis pela certificação em cada unidade da Federação. A adesão ao Regulamento do Programa de Garantia de Qualidade Cachaça de Alambique é o primeiro passo para o produtor que busca o selo para os seus produtos. A Associação registra histórias de produtores que receberam orientação técnica para a adequação de suas cachaças e que foram premiados em concursos nacionais e internacionais, o que demonstra a eficácia e importância do programa de certificação desenvolvido para atestar a boa qualidade da cachaça de alambique. [...] O Selo ANPAQ nas cachaças de todo o país permitirá ao consumidor, no Brasil ou no exterior, consumir um produto de qualidade, que seguiu as normas de fabricação que garantem sua excelência. *Será também o diferencial que permitirá identificar a legítima bebida nacional brasileira*, ombreada com outras bebidas nacionais como o vinho, a tequila, o uísque ou o rum. Os desafios são muitos, mas a ANPAQ, fortalecida pela participação de seus associados, e em parceria com universidades e entidades que representam os interesses da cachaça, permanece buscando a melhoria dos padrões de qualidade, para oferecer ao mercado consumidor o melhor da mais brasileira das bebidas [Grifos nossos]<sup>261</sup>.

No campo do discurso, a justificativa para deslocar a representatividade da Associação para a cadeia produtiva da cachaça artesanal e, desta forma, certificar uma *cachaça nacional*,

<sup>259</sup> BELO HORIZONTE Surpreendente. *Associação Nacional dos Produtores de Cachaça de Alambique*. Belo Horizonte, s.d. Disponível em: <http://www.belo Horizonte.mg.gov.br/local/servicos-turisticos/informacoes-turisticas/ampaq-assoc-min-dos-prod-de-cachaca-de-qualid>. Acesso em 28 maio. 2019.

<sup>260</sup> Id. Ibid.

<sup>261</sup> LOPES, José Otávio de Carvalho. A importância do selo de qualidade para a cachaça de alambique. *Cachaça com notícia*, Belo Horizonte, ano 11, n. 52, 2017, n.p.

apoia-se, fundamentalmente, em dois recursos. O primeiro é a defesa da cachaça como representação da *identidade nacional*. Neste particular, em novo artigo *Cachaça é cultura. Cachaça é Brasil*, Lopes também afirma que ao ampliar os escritórios da Comissão de Avaliação da Qualidade para os diferentes Estados da Federação, a ANPAQ se torna um vetor daquela representação:

Ao levar para os estados da Federação os escritórios da Comissão de Avaliação da Qualidade (CAQ) a ANPAQ expande o processo de garantia de qualidade da cachaça, levando ao consumidor o diferencial do bom produto. Essa interação permite que produtores e entidades representativas busquem, permanentemente, formas e possibilidades de divulgação da cachaça de qualidade, contribuindo para romper as travas que impedem o seu crescimento no mercado interno em razão dos preconceitos acumulados ao longo do tempo. O trabalho exige método e inteligência para superar as dificuldades e permitir que a cachaça se torne de fato, para o consumidor, e no inconsciente coletivo, a bebida nacional brasileira, da qual devemos todos nos orgulhar por representar, sem sombra de dúvidas, traço cultural da nacionalidade<sup>262</sup>.

O recurso à identidade nacional como elemento fundante da representação da cachaça como nacional, não é novo. Como já discutido na presente tese, pavimentou o processo de positivação da bebida, desde pelo menos a década de 1920, com a *Semana de Arte Moderna* e integrou um projeto de nação que, junto com a “feijoada”, suprimia as diferenças étnicas e regionais, homogeneizando o Brasil<sup>263</sup>.

Todavia, no campo do discurso é apresentado como *novo* e, enquanto tal, reafirma o segundo elemento que permeia as justificativas para a transformação da antes AMPAQ em entidade *nacional*. Trata-se do recurso à modernização e à adequação da entidade às prerrogativas *do novo tempo*.

Buscando acompanhar os novos tempos a AMPAQ-MG, modernizou a sua marca e em Assembleia Geral Extraordinária, realizada em 16 de dezembro de 2016, promoveu mudanças em seu Estatuto Social, ampliando a sua representatividade e abrangência para todo o território nacional [...] tornando--se a Associação Nacional dos Produtores e Integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique-ANPAQ. Muito mais do que trocar o M (de mineira) para incluir o N (de nacional) em sua sigla, a ANPAQ se antecipou aos anseios de união e fortalecimento do setor em prol de uma construção que precisa dos esforços e do pensamento de todos os elos da cadeia produtiva da cachaça. Ela inicia, em 2018, as comemorações de seus 30 anos já com uma nova identidade visual, mais moderna e dentro

<sup>262</sup> LOPES, José Otávio de Carvalho. Cachaça é cultura. Cachaça é Brasil. *Cachaça com notícia*, Belo Horizonte, ano 11, n. 53, 2017, n.p.

<sup>263</sup> Cf. SKIDMORE, T. *Preto no Branco: raça e nacionalidade no pensamento brasileiro*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

de seu novo perfil de entidade. Por tudo o que acompanhou nestes 30 anos, no campo das legislações, no marketing, na política, no ambiente corporativo e governamental e nas relações com o mercado, a ANPAQ se orgulha das contribuições que deu para o desenvolvimento da cadeia produtiva e de valor da cachaça de alambique e agradece, penhoradamente, aos parceiros e associados que estiveram e estarão juntos nessa caminhada em prol da cachaça, produto que mais tem a cara brasileira e que vai conquistar o mundo nesse novo milênio<sup>264</sup>.

Porém, nas entrelinhas das falas emerge outra questão. Bem mais prática, repercute na representação que se faz da cachaça artesanal, justificando inclusive a junção de forças do setor, na ANPAQ. Trata-se da disputa *política* entre os produtores da cachaça de coluna – industrial – e os produtores da cachaça de alambique – artesanal.

O embate toma forma, especialmente, dentro do IBRAC, o Instituto Brasileiro de Cachaça e é tangenciado pela fala do Sujeito 3. Embora reticente com relação à ANPAQ e defensor do IBRAC como organização representativa de interesses nacionais, defende as especificidades das cachaças de coluna e de alambique, observando, ainda, que a primeira tem seus interesses melhor defendidos:

[...] Então nós estamos falando de um produto que, pela lei hoje não existe diferenciação... então hoje tem grandes questões que são nacionais, que vão impactar tanto o produtor artesanal como o produtor em coluna, que precisam avançar. Então, por exemplo, questão do uso do nome “cachaça” lá fora. Alguém precisa organizar essa bagunça. Não tem jeito do cara produzir uma aguardente de cana lá no Paraguai e colocar o nome de cachaça. Ou lá na Alemanha. Então, pra isso, foi criado há 10 anos atrás, o IBRAC – Instituto Brasileiro da Cachaça, da qual hoje eu sou presidente do Conselho Deliberativo. O IBRAC foi criado com esse sentido. Era uma aglutinação de produtores de coluna e produtores de alambique. A direção do IBRAC é um rodízio, uma gestão é alambique, uma gestão é coluna. Essa gestão agora é de alambique, que eu estou na presidência. O rodízio é feito para garantir uma certa equiparação lá nas decisões, embora no dia a dia é muito mais difícil para quem representa o alambique tá lá no dia a dia, porque custa muito caro. As reuniões são de três em três meses em Brasília, tudo muito caro. Então *quase sempre nas reuniões sempre tem mais produtor de coluna que de alambique*<sup>265</sup>.

Entretanto, o Sujeito 6 trata a disputa no interior do IBRAC de forma explícita. Perguntado pela pesquisa sobre como foi a aceitação da mudança do Estatuto da ANPAQ

<sup>264</sup> LOPES, José Otávio de Carvalho. 30 anos de história de entidade pioneira. *Cachaça com notícia*, Belo Horizonte, ano 12, n. 54, 2018, n.p.

<sup>265</sup> SUJEITO 3. [Superintendente executivo do SindBebidas] *Registro de conversa*. [Registro cedido a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital. Belo Horizonte, 13 de abril de 2017.

para uma organização de feição nacional, reportou-se às várias pressões sofridas por outras organizações, dentre as quais o IBRAC:

Pressão de outros órgãos, por exemplo... principalmente o IBRAC, feira dos produtores de cachaça que, na realidade, não tem ninguém que produz cachaça lá. A maior parte são industriais, né, o que manda lá dentro do IBRAC são as industriais... 51, Ypióca, Velho Barreiro. E são essas cachaças que mandam lá. E a ANPAQ defende a cadeia da cachaça de alambique. Até eu acho que tinha que mudar esse nome, sabe!? Tinha que ter outro nome. Se você fizer análise cromatográfica da cachaça, o que a gente vai ver é o seguinte, que um determinado segmento ali a maior parte passa, inclusive as industriais. Todas são cachaça, de acordo com as normas do MAPA. São cachaça, tudo bem. Mas se continuar a cromatografia você vai ver que muda totalmente a coisa de figura. As cachaças que são fabricadas em alambique, elas têm outras características. Você vai ver as curvinhas dos aromas, paladares... outras substâncias que dão paladar na cachaça. A qualidade da cachaça é nesse sentido, tem mais. A cachaça chega num ponto que ela vira, não tem nada, não tem outros atributos. O IBRAC, simplesmente, ele bate na tecla de que cachaça é tudo cachaça. Eu não acho assim. Acho que cachaça de alambique é uma cachaça, industrial é outra. São totalmente diferentes, os produtos são diferentes. [...] Por parte de entrar que ele se intitula... até então ele se achava, investimento e pelo apoio político que eles têm, ele batem muito na ANPAQ, no sentido de que não deveria ter passado para nacional, que é uma bobagem<sup>266</sup>.

Sem dúvida, as pressões contra a ANPAQ não se registram, apenas, no embate político entre organizações representativas e, dentro destas, entre representantes dos diferentes setores produtivos da cachaça. A disputa também ocorre no campo mesmo da produção artesanal. Por seu turno, coloca em campos opostos tanto uma “velha guarda” que participou ativamente do processo histórico de construção da *Cachaça de Minas* quanto para aqueles que, a marca *Minas* permanece fundante da cachaça que produzem e da consequente representação com a qual é oferecida no mercado. Nestes termos, o Sujeito 2, afirma:

O negócio só é bom quando é bom pra todos. A cachaça não vai se salvar em Minas Gerais, com essa visão pouco corporativa da ANPAQ, do Sindicato. Tem sempre uma forma de fazer sozinho, pra ganhar sozinho, pra trambicar, mas pra dizer que o outro tá trambicando cachaça. Tem hora que isso irrita. Tô cansado de ver isso e as pessoas, não sei por que, querer fazer de outro jeito e não sentar pra conversar esses assuntos que são a salvação da cachaça de Minas Gerais. O Estado por outro lado não trata a cachaça como um produto de valor cultural, e tem que ser tratado, como toda bebida no mundo tem esse valor associado. Todo governo torna a sua cachaça em alguma

---

<sup>266</sup> SUJEITO 6. [Atual Presidente da ANPAQ – Associação Nacional dos Produtores e Integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique]. *Entrevista*. [Entrevista cedida a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital, Belo Horizonte, 19 de novembro de 2017.

coisa enobrecida. Se fez a coisa mais bem feita que se tinha no Brasil em termos de movimento. A cachaça de Minas deu modelo pro Brasil todo. Só que quando o Brasil abraçou, Minas Gerais desabraçou e começou a desfazer tudo que se fez. Tudo<sup>267</sup>.

Por outro lado, o Sujeito 3 reconhece na movimentação rumo à ANPAQ uma *oportunidade* de revalorização da Cachaça de Minas, retomando ações semelhantes àquelas que se constituíram nas décadas anteriores:

O selo da AMPAQ, que era um atestado de qualidade da cachaça mineira, isso não existe mais. O selo da ANPAQ hoje ele não certifica cachaça mineira mais. Quem é produtor de qualquer estado pode ir lá pegar o selo. Então existe aí uma oportunidade de ter um trabalho de valorização da cachaça mineira, novamente. Aquele mesmo trabalho que a AMPAQ fez há... nos primórdios lá. [...] O fato é que hoje tem uma oportunidade aí, para valorizar a cachaça mineira. Então, assim, a gente está preparado. Se amanhã a diretoria quiser... “Vamos fazer um projeto de valorização da cachaça mineira? Vamos fazer”. Temos estrutura, tem a FIEMG por trás. [...] Então tem um buraco aí, que o selo da ANPAQ não é só mineiro. O selo da ANPAQ é importante, tá, cachaça de alambique, mas o mineiro agora tá órfão de um programa de valorização que tá todo mundo vendo que os outros estados estão correndo atrás. Alguns nem correndo atrás, alguns estados já estão do nosso lado. Posso citar o Rio Grande do Sul, que está organizado, avançando muito. Então a gente tá perdendo espaço. Isso não é novidade pra ninguém. A gente aí, com essas visões, às vezes diferentes, em alguns momentos, essas vaidades, como você mesmo citou, nós estamos perdendo espaço. E o bom nome que a cachaça de Minas sempre teve tá se perdendo aí no tempo. E ninguém tá fazendo nada pra transformar isso em negócio e lucratividade pro produtor. Então existe hoje uma oportunidade muito grande, que eu não sei quem vai ocupar esse espaço aí... se é o sindicato... que seja. Mas acho importante, tem que ter<sup>268</sup>.

As interpretações feitas pelos entrevistados à mudança de Estatuto da AMPAQ, expressam bastante a já citada heterogeneidade do setor. Tanto há aqueles que “abraçam” a nova organização, concordando com o significado implícito em seu próprio slogan, *ANPAQ – nasceu mineira e abraçou o Brasil*; quanto há outros que negam a atual função precípua da organização, afirmando, na verdade que o “abraço ao Brasil” “desabraçou” Minas.

Vale ressaltar, todavia, que a despeito das tentativas da ANPAQ de demarcar suas diferenças com relação ao passado e à defesa exclusiva de Minas Gerais, criando uma nova identidade, um novo estatuto e novos objetivos, não passa despercebido o recurso à *tradição*

<sup>267</sup> SUJEITO 2. [Primeiro presidente do Pró-Cachaça]. *Entrevista*. [Entrevista cedida a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital. Belo Horizonte, 18 de maio de 2017.

<sup>268</sup> SUJEITO 3. [Superintendente executivo do SindBebidas] *Registro de conversa*. [Registro cedido a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital. Belo Horizonte, 13 de abril de 2017.

e, de novo, ao *protagonismo de Minas* no cenário nacional. É o que se depreende, da forma com que a ANPAQ “comemora” seus 30 anos:

O ano de 2018 marca a comemoração dos 30 anos de fundação da ANPAQ- Associação Nacional dos Produtores e Integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique, entidade pioneira, antes só de produtores de cachaça e mineira, hoje de sua cadeia produtiva e de valor e de âmbito nacional, e que acompanhou, nestas três décadas, a evolução da cachaça como bebida nacional e patrimônio cultural de Minas e de outros estados produtores e foi agente de mudanças e conquistas importantes que permitiram a cachaça liderar o mercado de destilados no Brasil com 86% do market share dos destilados consumidos no País e ganhar visibilidade no mercado externo. Nestes 30 anos a cadeia produtiva e de valor da cachaça de alambique viu o surgimento da Expocachaça, a maior feira mundial do produto e de sua cadeia produtiva, que há 20 anos promove e divulga a bebida e a geração de negócios no setor. A feira, nascida em Minas Gerais, ganhou o Brasil e visibilidade internacional, sendo responsável pelo status de destilado nobre que a cachaça ostenta hoje<sup>269</sup>.

O protagonismo mineiro é explicitado pelo Sujeito 6, entusiasta da mudança do estatuto da entidade para nacional. Ao refletir sobre os meandros do processo de exportação da cachaça, o atual presidente da ANPAQ ressignifica a entidade conferindo a *Minas Gerais* a função de viabilizar a exportação de cachaça brasileira, não só as mineiras.

Nós estamos fechando uma parceria com INDI, Expocachaça e ANPAQ para a gente começar a ter uma pauta de exportação e treinar o pessoal. Porque a gente não sabe, é a maior dificuldade, cada país é de um jeito. Tem um monte de detalhezinhos que a gente tem que dominar. Então a gente quer fazer uma pauta de Minas Gerais. O IBRAC, não sei se você percebeu isso lá, defende poucas cachaças, são pouquíssimas ali que são privilegiadas, então não privilegia os demais produtores. Então a gente tá querendo fazer, e o governador de Minas parece que tem interesse também, fazer uma pauta para que *as cachaças de alambique de Minas, e do Brasil todo, possam ser exportadas via Minas*. [Grifos nossos]<sup>270</sup>.

Na missão que a nova Associação chama para si, ao representar a cadeia produtiva do setor, “Minas sai na frente”, forjando para todo o país um modelo de certificação mineiro. Por outro lado, a excelência desta certificação é justificada pela trajetória histórica da organização, cujo marco inicial não é 2016, quando da sua mudança estatutária, e sim o ano de sua criação 1988. Sua autoimagem, sua missão e sua excelência são representadas como

<sup>269</sup> LOPES, José Otávio de Carvalho. 30 anos de história de entidade pioneira. *Cachaça com notícia*, Belo Horizonte, ano 12, n. 54, 2018, n.p.

<sup>270</sup> SUJEITO 6. [Atual Presidente da ANPAQ – Associação Nacional dos Produtores e Integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique]. *Entrevista*. [Entrevista cedida a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital, Belo Horizonte, 19 de novembro de 2017.

parte integrante da AMPAQ e na relevância política de Minas Gerais. Por fim, na somatória geral da resignificação conferida à ANPAQ, a organização mineira coloca-se como condutora da apresentação da cachaça nacional no mercado internacional, como se carregasse uma aptidão baseada em sua experiência de mercado e na “competência” da culinária mineira (apoiando-se na tipicidade ). No campo da prática comercial, portanto, a pauta de produtos exportáveis, as escolhas de mercados externos, os estímulos a determinados tipos de produto, o portfólio de parceiros e a carteira de clientes seria intermediada por ela. No campo das representações, o regional é negociado sobre o histórico e a identidade do lugar, aludindo à centralidade e ao pioneirismo de Minas Gerais na produção de cachaça.

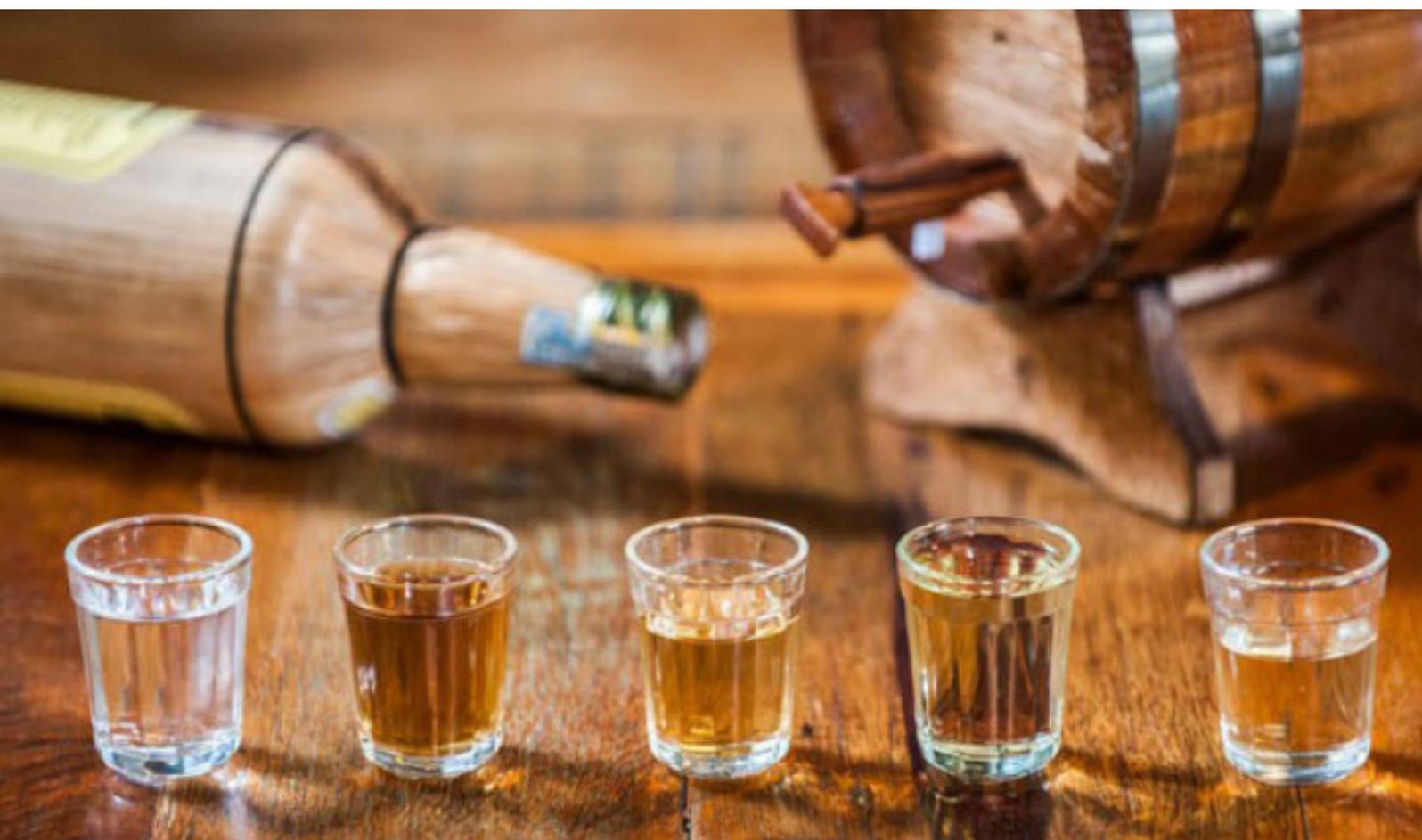


FIGURA F. Cachaças. Fonte: Central de Notícias (s.d.).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa que ora se encerra, tomou a cachaça como objeto de estudo, problematizando-a como elemento capaz de elucidar a participação das organizações na construção de representações socioculturais. A tese fala das pertenças da cachaça e da relação das organizações com a realidade geopolítica, econômica e cultural, chamando atenção para o fato de que não há unicidade. Não há homogeneidade, há controvérsias, há percepções, e há direcionamentos organizacionais convivendo, a partir da articulação entre os diferentes significados culturais da cachaça e as diferentes organizações que participam, ora mais, ora menos, de sua ressignificação.

O trabalho procurou se assentar sobre uma reflexão interdisciplinar na qual se pensou o objeto cachaça entre dois campos do conhecimento acadêmico, os Estudos Organizacionais e a História Cultural. Partiu-se, assim, da perspectiva do *organizing* para se questionar como e quais representações são construídas acerca da cachaça e que tipo de interações estas estabelecem entre si.

A pesquisa identificou quatro representações constituídas no processo de produção cultural da cachaça: nacional, regional, artesanal e *gourmet*. Observou, ainda, que no interior destas representações uma série de elementos está interconectada, de modo a reafirmar a representação à qual se relacionam, “autorizando-a” e ou disseminando-a.

No que diz respeito à representação da cachaça como nacional, observou-se que a mesma se constituiu como contraponto a uma representação original que dava a ler a cachaça como bebida vulgar, ligada aos escravos, às camadas populares e aos “baixos instintos”. Posteriormente, esta representação é positivada, alterando-se a representação da bebida e reelaborando-a como bebida genuinamente nacional, passível de ser consumida pelas camadas mais abastadas do mercado. Em se tratando da cachaça regional, foram consideradas como elementos constituídos de sua representação as prerrogativas oriundas do mercado globalizado dentro do qual os consumidores buscam por produtos “tradicionais”, típicos de determinadas “regiões” e “localidades”, bem como os instrumentos utilizados para definir e valorizar o “regional” e o “local”.

No que diz respeito às representações da cachaça como artesanal, a pesquisa observou que dentre os elementos que conformam esta representação, destacam-se, especialmente, os aspectos relacionados ao “território” englobado pelo solo e pela cultura. Este território, amálgama de condições naturais e de “saber fazer”, integra a cachaça como patrimônio imaterial de cultura e, além disso, conforma a definição da artesanaria de determinada região ou

localidade, transversalizando a representação da cachaça artesanal também como regional. Quanto à representação da cachaça como *gourmet*, a pesquisa identificou que a mesma se dá no bojo de um movimento mais amplo, de gourmetização, que oferece às classes sociais em ascensão econômica produtos de “luxo acessível”, dentro dos quais se inscrevem a cachaça artesanal, diferenciada para atender a este novo mercado consumidor.

O percurso em busca dos elementos constituidores das representações da cachaça demonstrou que nem sempre estas convivem de forma harmônica. Pelo contrário, podem ocorrer embates entre as organizações responsáveis pela promoção daquelas representações, exprimindo nelas as disputas que ocorrem entre grupos e sujeitos. Este dado pode ser acompanhado de forma mais explícita na construção e na ressignificação da “cachaça mineira”, tomando-a como exemplo das interconexões que perpassam as diferentes representações desta bebida nas organizações.

Foi possível perceber, assim, como a cachaça mineira atravessa a representação da cachaça como regional, buscando na “tipicidade” mineira a demarcação da sua especificidade e da sua inserção no mercado. Esta representação, disseminada especialmente pela AMPAQ – Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade –, organização nascida no bojo da construção da Cachaça de Minas e de sua conseqüente valorização como produto regional, vem sendo desconstruída pela organização atualizada como ANPAQ – Associação Nacional dos Produtores e Integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique – que procura se distanciar da representação regional para se identificar com a representação artesanal, congregando toda a cadeia produtiva nacional.

Face à problematização proposta, dois embates duais se mostraram evidentes: artesanal versus industrial e nacional versus regional. As organizações se posicionam em relação a elas, ainda que não explicitem sua posição deliberada entre um dos lados desses antagonismos. Há também embates internos. Dentro de cada organização não há unanimidade, pois os grupos constituídos disputam entre si. O caso da AMPAQ, como reportado acima, é exemplar neste sentido. Os fundadores e envolvidos inicialmente na associação defendiam o regional, ao passo que o grupo atual, mesmo defendendo o nacional ainda deseja que Minas Gerais e a cachaça mineira continuem sendo protagonistas no mercado (maior *market share*), no imaginário do consumidor e na construção de políticas relacionadas à bebida.

À medida que o segmento se torna mais competitivo, como é o caso da cachaça nos últimos 40 anos, a participação individual fica menor. A fim de ampliar a fatia de mercado de cada marca, a “cachaça mineira”, por exemplo, adotou algumas estratégias. A primeira delas

se contrapondo à cachaça industrial, porque artesanal, ou seja, de alambique. Além disso, as organizações que defendem essa “tipicidade” colocam que, por ser regional, a cachaça mineira carrega toda uma lógica de produção baseada na tradição, na culinária mineira rica, nas características rurais, no saber receber do mineiro, buscando conexões afetivas com o público. Estas organizações também apresentam a cachaça mineira ao mercado como *premium/gourmet*, exatamente por ser regional, artesanal, de alambique, mas também nacional no que diz respeito à bebida autêntica do Brasil.

A pesquisa apontou que a estratégia de fundadores e grupo inicial da AMPAQ apostava em ações no sentido de diferenciar a cachaça mineira, consolidando a posição de *top of mind* (o primeiro a ser lembrado entre os consumidores) no Brasil. Para este grupo a transformação da Associação em nacional fará com que a marca “Cachaça Mineira” se esmoreça com o tempo. Já os componentes atuais da Associação, que defendem a iniciativa de mudança, partem do princípio de que se tornar nacional é a forma de atingir mercados nacionais e lutar por mais leis de interesse do setor no país.

Destarte, analisar as organizações como *organizing*, e não como instituições imutáveis e definitivas em suas decisões e posições, é reconhecê-las nas composições dos grupos envolvidos em sua estrutura administrativa; em suas ações formais e em seu regimento; nas suas identidades imagéticas (logomarcas e materiais publicitários, por exemplo); e em seu planejamento estratégico. Tudo a luz do tempo, analisando o que permanece e o que muda e o que isso traz de pistas sobre o organizar-se de cada uma. Não há que se julgar certo e errado, há que se indagar sobre a construção de significados, de uma narrativa ao longo do tempo que cada organização permanece se movimentando. Essa narrativa não é estática, é viva, conflituosa e cheia de desacordos ao longo da vida de uma organização. Esses significados estão embrenhados de escolhas políticas e éticas e de um conjunto de mudanças contextuais. No caso estudado, em grande medida, de valorização de patrimônio cultural material e imaterial, e da redemocratização. Mesmo os atos de linguagem, vocabulário e nomes que se usa, colocam luz sobre os sentidos e adesões, sobre a prática.

Ao seu término, portanto, o presente estudo pretende somar-se ao esforço de evitar a reificação das organizações e dos indivíduos (especialmente os gestores) e grupos, dentro de cada organização, que permita confundi-los uns com os outros, dotando-os de uma uniformidade e unidade inexistentes. O estudo se propõe a reconhecer as perspectivas dos sujeitos e grupos que se organizam e vivenciam cotidianamente suas escolhas, dotadas sim de volição e arbítrio. Ao enxergar uma organização, ou a relação entre duas ou mais delas, e suas

manifestações, aparecem, ao mesmo tempo, as experiências individuais dos sujeitos que dela(s) faz(em) parte bem como os elementos sócio históricos nos quais as trajetórias e biografias se enraízam. Os controversos significados da cachaça nas ações e práticas organizacionais permitiram conhecer os novos conteúdos que passaram a ser associados à bebida no Brasil.

A partir do corte cronológico na década de 1990, a pesquisa mostrou dinâmicas organizacionais, posicionamentos de diferentes grupos e relacionamento entre organizações, em que apareceram novos adjetivos conferidos à bebida, tais como *gourmet*, *premium* e artesanal. Ao mesmo tempo, termos como regional e nacional ganharam novas roupagens. O “organizar-se” é parte da construção de significados e, com isso, se quer contribuir com a interlocução entre as áreas de conhecimento da História e da Administração. Contribuindo para esse diálogo, futuros estudos que empreendam a montagem de um quadro teórico detalhado apresentando o conceito de *organizing* e seu estado da arte serão bem vindos. Pontualmente, a tese se empenhou em mostrar a trajetória da cachaça a partir dos anos 1990 e as mudanças nos adjetivos, nas pertenças e nas representações atribuídas a ela. Nesse sentido, inovou ao usar o conceito de *organizing* para falar de uma trajetória histórica.

Quer-se afirmar a cachaça como tema propício à retomada da “construção do nacional”. Seu estudo permite explorar as âncoras a que se liga a representação da cachaça nacional. Todavia, não houve intenção de esgotar as possibilidades de análise, mas sim de realizar uma apreciação que abrisse sentidos. Dentro deste vasto leque de possibilidades, uma temática que também se fez presente, e que pode ser aprofundada e mais demoradamente explorada, é a representação do nacional empreendida pelos modernistas e o caráter ideológico de país progressista e como isso ainda repercute em narrativas que retomam o nacional. Nesse bojo, que sejam trazidas questões quanto ao que o Estado considerava, e por hora considera, representativo da cultura brasileira, sobretudo no que diz respeito aos patrimônios materiais e imateriais. Marca-se mais uma vez a possibilidade de fazer uma análise que considere o conceito de *organizing* para estudar significados culturais, sobretudo as tratativas e práticas das organizações envolvidas e os grupos de pessoas que as compõem. No caso do significado de nacional, a própria criação do IPHAN deve ser considerada.

Espera-se, outrossim, que a presente pesquisa enseje indagações futuras que privilegiem a análise imagética da construção do nacional, por meio de pinturas e gravuras, bem como a análise do corpo temático da literatura. Incurções desse tipo poderão inquirir propostas estéticas e explorar a construção da ideia de nação, nacional e nacionalidade.

Considera-se, também, uma contribuição importante da tese a inclusão da cachaça na discussão sobre a mineiridade, que já tem sido explorada a partir de comidas e culinária consideradas típicas. Para além disso, a própria inclusão das bebidas, sobretudo as alcoólicas, e da cachaça em específico, como tema de pesquisa e análise, fazem coro com os estudos que as colocam como símbolos e rastros da construção sociocultural do que é regional. É um projeto ambicioso e que precisa ser cauteloso ao considerar as características já reveladas em pesquisas anteriores sobre a temática do “sabor mineiro” e da tipicidade quanto à culinária e, por exemplo, se demorando em levantar documentos relativos aos pedidos pelo registro dos modos de fazer a cachaça em Minas Gerais. Acrescente-se que a tese mencionou como as organizações passam a existir conforme sua prática e como elas tentam lidar com o passado.

Nesse trânsito de significados permanece a relevância do uso do conceito de *organizing*, uma vez que a política de patrimônio imaterial deve lidar com os interesses dos grandes produtores em incrementar o produto para fins de exportação, como também dos pequenos produtores que têm no regional uma caracterização chave de seus produtos. Ambos os grupos pensando no incremento de valor. Aqui, tendo sido levantadas quatro representações, cabe afirmar que a representação da cachaça regional também merece ser tratada com mais profundidade; e que os silenciamentos e ocultamentos podem revelar mais os usos que se faz do passado ao se construir uma imagem de marca e se comercializar o produto. Ou seja, mais pesquisas sobre esse ponto específico de interesse poderão investigar como cada organização se apropria da história da região e da documentação de memórias, e faz uso de associações de características da região e de sua história, com a marca da cachaça, ao comunicar sua proposta de valor ao mercado.

Pesquisas complementares poderiam ser ainda frutíferas ao se dedicarem a entender a mobilização das organizações em torno da polifonia discursiva da cachaça artesanal. Se por um lado há necessidade de enfatizar questões ligadas ao *terroir*, ao caráter regional e ao controle dos processos, por outro há também uma defesa do controle de qualidade e outros processos gerenciais que assegurem a qualidade do produto. Ou seja, no campo discursivo, tradição e qualidade dos processos estão presentes. Noutros termos, não obstante a preservação dos modos de fazer, incrementos tecnológicos e processuais são bem-vindos e eles precisam ser entendidos em sua dimensão de construção do significado de artesanaria. Somam-se a isso as pesquisas que vierem a falar sobre as organizações que concedem selos de qualidade a cachaças e analisar seus critérios.

Outros pesquisadores podem, ademais, dedicar-se a estudos que apontem, além de presenças e ausências, ressignificações comparando cachaça e outras bebidas alcoólicas e suas

representações, enriquecendo a descrição do *place branding* da cachaça, apresentando o apelo dual do sofisticado versus o popular, e explorando o elemento classista da sociedade brasileira quanto à segmentação de mercado e mesmo à gourmetização.

Ao explorar as representações foi possível compreender lógicas encobertas, provocações e questionamentos dos grupos que compõem as organizações pesquisadas. Tratou-se de representações que coexistem e que se atravessam em situações específicas. Há controvérsia, mais que contradição, e há sobreposição, por isso os desdobramentos são muitos. É sensato dizer que há muitas versões e que lidar com a construção de significados em um recorte temporal é um trabalho acentuadamente denso e complexo. Não à toa é que a expectativa é que as pesquisas vindouras se sobreponham às limitações desta, as operacionais e orçamentárias, que constroem as possibilidades dos deslocamentos em viagens de campo e as entrevistas. Note-se ainda que, como agenda de pesquisa, pode-se ter a análise de imagens de rótulos, formato das garrafas, e de histórias de marcas.

## DOCUMENTAÇÃO

## DOCUMENTAÇÃO AUDIOVISUAL E IMAGÉTICA

***Entrevistas e Registros de Conversa***

SUJEITO 1. [Produtor e fundador da AMPAQ]. *Registro de conversa*. [Registro cedido a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital. Nova União, 12 de março de 2017.

SUJEITO 2. [Primeiro presidente do Pró-Cachaça]. *Entrevista*. [Entrevista cedida a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital. Belo Horizonte, 18 de maio de 2017.

SUJEITO 3. [Superintendente executivo do SindBebidas]. *Registro de conversa*. [Registro cedido a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital. Belo Horizonte, 13 de abril de 2017.

SUJEITO 4. [Presidente da Câmara Setorial da Cachaça/ Ministério da Agricultura]. *Entrevista*. [Entrevista cedida a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital. Brasília, 10 de novembro de 2016.

SUJEITO 5. [Diretor executivo do IBRAC – Instituto Brasileiro da Cachaça]. *Entrevista*. [Entrevista cedida a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital. Brasília, 10 de novembro de 2016.

SUJEITO 6. [Atual Presidente da ANPAQ – Associação Nacional dos Produtores e Integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique]. *Entrevista*. [Entrevista cedida a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital, Belo Horizonte, 19 de novembro de 2017.

SUJEITO 7. [Autor do Plano Nacional de Cultura]. *Entrevista*. [Entrevista cedida a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital. Uberlândia, 14 de março de 2017.

SUJEITO 8. [Secretário da ANPAQ – Associação Nacional dos Produtores e Integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique]. *Entrevista*. [Entrevista cedida a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital. Araguari, 12 de maio de 2017.

SUJEITO 9. [Produtor da Cachaça Ventania]. *Registro de conversa*. [Registro cedido a] Rafaela Costa Cruz Barbieri Suporte digital. Araguari, 02 de maio de 2016.

SUJEITO 10. [Fundador e diretor da AMPAQ – Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade]. *Registro de conversa*. [Registro cedido a] Rafaela Costa Cruz Barbieri Suporte digital. Belo Horizonte, 10 março de 2017.

SUJEITO 11. [Autor do Plano Nacional de Cultura]. *Entrevista*. [Entrevista cedida a] Rafaela Costa Cruz Barbieri. Suporte digital. Brasília, 18 de junho de 2017.

FERNANDES, Dirley. [Vídeo]. Colunista do site Devotos da Cachaça. Registrado por: *Agência IBGE notícias*, [S.l.], 21 jul. 2017.

***Vídeos e Programas de TV***

ANIMATUNES. *O caipira e o fiscal*. Postado em 27 jun. 2012. (1m36s). Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=nWjmpzAx0WM&list=PLLMsiglIQj176MW8CthOgS5iPUn8Nj1mx>. Acesso em 30 mar. 2019.

BENDITA Marvada. Primeira Temporada [Online]. *Globo Comunicações e Participações S.A.* Disponível em: <https://globosatplay.globo.com/globosat/bendita-marvada/>. Acesso em: 12 dez. 2018.

### **Fotografias**

ALAMBIQUE da Cachaça Middas. Material de divulgação. [Suporte Digital]. Disponível em: <http://www.middascachaca.com.br/news/visita-ao-alambique.html>. Acesso em 15 maio 2019.

CACHAÇAS. Cachaça: adesão ao simples favorecerá a produção. *Central das notícias*. – Agronegócio/Minas Gerais. [Suporte digital]. [s.d.]. Disponível em: <http://noticias.cennoticias.com/8550036?origin=relative&pageId=f2aeb9e5-b8fb-4c7a-afa9-fac1ad44e2d&PageIndex=3#list>. Acesso em 13 maio 2019.

CACHAÇAS artesanais de Salinas. M3 Vídeo. [Suporte Digital]. Disponível em: <http://www.m3video.com.br/a-cachaca-artesanal-de-salinas>. Acesso em 02 jun. 2019.

CACHAÇA servida em copos – fundo amarelo. Beber ou apreciar uma cachaça? *Bebida Express*. [Suporte digital]. Postado em: 03 set. 2013. Disponível em: <http://www.bebidaexpressblog.com.br/cachacas/curiosidades/beber-ou-apreciar-uma-cachaca>. Acesso em: 15 maio 2019.

CACHAÇA com queijo. The word's best photos of barril and pinga – *Flickr Hive Mind*. [Suporte digital]. [s.d.]. Disponível em: <https://hiveminer.com/Tags/barril%2Cpinga>. Acesso em: 10 jun. 2019.

CACHAÇA Maria Andante. Cachaça Maria Andante ouro com box. [s.d.]. *Mercado Livre* [Suporte digital]. Disponível em: [https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-713781507-cachaca-maria-andante-ouro-com-box-\\_JM](https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-713781507-cachaca-maria-andante-ouro-com-box-_JM). Acesso em: 14 jun. 2019.

CACHAÇA servida em copo – fundo azul. Cachaça artesanal: genuína bebida nacional. *Indicação Geográfica*. [Suporte digital]. Postado em: 07 abr. 2017. Disponível em: <http://indicacaogeografica.com.br/cachaca-artesanal-genuina-bebida-nacional/>. Acesso em 03 jun. 2019.

COMPANHIA Müller de Bebidas. Unidades fabris: unidade destilaria Lajeado. *Companhia Müller de bebidas*. [S.d.]. [Suporte Digital]. Disponível em: <https://www.ciamuller.com.br/unidades-fabris>. Acesso em: 02 jun. 2019.

FESTIVAL Cachaça Gourmet. *Fotos*. Belo Horizonte, 11 maio 2019. Facebook: Festival Cachaça Gourmet @cachacagourmet. [Suporte Digital]. Disponível em: [https://www.facebook.com/pg/CachacaGourmet/photos/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/CachacaGourmet/photos/?ref=page_internal). Acesso em 01 jun. 2019.

MUSEU DA CACHAÇA, RJ. Site oficial do Museu da Cachaça do Rio de Janeiro. Paty do Alferes, RJ. [Suporte Digital]. Atualizado em 26 ago. 2016. Disponível em: <http://www.museusdoriorio.com.br>. Acesso em: 15 jan. 2019.

TONEL de cachaça artesanal. Cachaça De Alambique Artesanal -alta Qualidade – Envelhecida. [s.d.]. *Mercado Livre*. [Suporte digital]. Disponível em: [https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1118159132-cachaca-de-alambique-artesanal-alta-qualidade-envelhecida-\\_JM](https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1118159132-cachaca-de-alambique-artesanal-alta-qualidade-envelhecida-_JM). Acesso em: 12 jun. 2019.

VALE VERDE. Instalações de Produção e material ilustrativo da Cachaça Vale Verde. [Registros da autora, em suporte digital].

VENTANIA. Instalações de Produção e material ilustrativo da Cachaça Ventania. [Registros da autora, em suporte digital].

GERMANA. Instalações de Produção e material ilustrativo da Cachaça Germana. [Registros da autora, em suporte digital].

### ***Ilustrações***

MINEIRO pensando em queijo. [Suporte digital] Disponível em: <http://www.visiteminas.com/wp-content/uploads/2014/02/Mineir%C3%AAs-O-Diaeto-Mineiro-.jpg>. Acesso em: 30 mar. 2019.

NHÔ Dito. Personagem do Canal Anima Tunes. [Suporte Digital]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nWjmpzAx0WM&list=PLlmSiglIQj176MW8CthOgS5iPUn8Nj1mx>. Acesso em: 30 mar. 2019.

ENGENHO Manual que Faz Caldo de Cana. *In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras*. [Suporte Digital]. São Paulo: Itaú Cultural, 2019. Disponível em: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/obra61279/engenh-manual-que-faz-caldo-de-cana>. Acesso em: 05 de Fev. 2019. Verbetes da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7

RAIO GOURMETIZADOR. *Raio Gourmetizador de Caipireja*. [S.l.], 25 abr. 2015. Facebook: Raio Gourmetizador @raiogourmetizador. [Suporte Digital]. Disponível em: <https://www.facebook.com/raiogourmetizador?fref=ts>. Acesso em: 24 maio 2019.

TURMA da Mônica Wikis. *Chico Bento*. [Suporte Digital]. Disponível em: [https://monica.fandom.com/pt-br/wiki/Chico\\_Bento#cite\\_ref-0](https://monica.fandom.com/pt-br/wiki/Chico_Bento#cite_ref-0). Acesso em: 30 mar. 2019.

### ***Logomarcas***

LOGOMARCA da AMPAQ - AMPAQ. Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade. *Produção de cachaça*. [Suporte Digital]. 2009. Disponível em: [www.ampaq.com.br](http://www.ampaq.com.br). Acesso em: 02 jan. 2009.

LOGOMARCA da ANPAQ - ANPAQ. Associação Nacional dos Produtores e Integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique. [Suporte Digital]. 2018. Disponível em: <https://www.anpaq.com.br/>. Acesso em 14 maio 2019.

SELO comemorativo dos 20 anos da AMPAQ - AMPAQ. Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade. *Produção de cachaça*. [Suporte Digital]. Disponível em: [www.ampaq.com.br](http://www.ampaq.com.br). Acesso em: 02 jan. 2009.

SELO comemorativo da AMPAQ - AMPAQ. Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade. *Produção de cachaça*. [Suporte Digital]. Disponível em: [www.ampaq.com.br](http://www.ampaq.com.br). Acesso em: 02 jan. 2009.

### **Campanha Publicitária**

SE NÃO É CACHAÇA DE MINAS, faça como os mineiros: desconfie. *Revista Isto é*, jun. 1997. [Peça publicitária]. Suporte em papel e digital. Disponível em: <http://www.propagandaemrevista.com.br/revistas/614/Isto%C3%A9/?page=6>. Acesso em 10 fev. 2019.

### **Rótulos**

CACHAÇARIA WEBER Hauss. Weber Hauss, Cachaça Premium Black. Brailian Run. *Cachaçaria Weber Haus*, 2019. Disponível em:

[http://www.weberhaus.com.br/blog/53/Boas-doses-de-conhecimento-e-de-Cachacas-Weber-Haus-serao-oferecidas-na-2\\_-Cacharitiba](http://www.weberhaus.com.br/blog/53/Boas-doses-de-conhecimento-e-de-Cachacas-Weber-Haus-serao-oferecidas-na-2_-Cacharitiba). Acesso em: 10 fev. 2019.

RÓTULOS de cachaça. Pinterest. Disponível em:

<https://br.pinterest.com/acesousa/r%C3%B3tulos-de-cacha%C3%A7a/>. Acesso em 14 jan. 2018.

SITE da cachaça. *Rótulos de cachaça com nomes excêntricos, engraçados e até despudorados*, [S.l.], 2015. Disponível em: <http://www.sitedacachaca.com.br/rotulos-de-cachaca-com-nomes-excentricos-engracados-e-ate-despudorados>. Acesso em: 05 fev. 2019.

## DOCUMENTAÇÃO ESCRITA

### **Artigos e reportagens**

ABRABE. *Categoria Cachaça*. Suporte digital. Disponível em <[www.abrabe.org.br](http://www.abrabe.org.br)> Acesso em: 10 jan. 2015.

AMPAQ agora é ANPAQ. *Cachaciê*. [Revista Online]. Postado em: 20 dez. 2016. Suporte digital. Disponível em PDF.

AMPAQ. Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade. *Produção de cachaça*. Suporte digital. Disponível em: [www.ampaq.com.br](http://www.ampaq.com.br). Acesso em: 02 jan. 2009.

ALMEIDA, R. *Cachaça. Um cálice de história*, 2006. Disponível em [www.mundocaipira.com.br/cachacas](http://www.mundocaipira.com.br/cachacas). Acesso em 14 set. 2006.

ACORDO de Lisboa. Decreto-Lei n.º 46852 Acordo de Lisboa relativo à protecção das denominações de origem e ao seu registo internacional e o seu Regulamento de Execução. *Gabinete de documentação e direito comparado*. Paço do Governo da República, Lisboa, 2 de fevereiro de 1966. Disponível em:

<http://gddc.ministeriopublico.pt/sites/default/files/documentos/instrumentos/dl46852.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2019.

AGROSTAT - Estatísticas de Comércio Exterior do Agronegócio Brasileiro. Exportação de cachaça – 2017. Ranking de países. Apud SITE da cachaça. *Exportação de cachaça em 2017*. [s.l.], 2017. Disponível em: <http://www.sitedacachaca.com.br/exportacao-de-cachaca-em-2017>. Acesso em: 10 fev. 2019.

BELO HORIZONTE Surpreendente. *Associação Nacional dos Produtores de Cachaça de Alambique*. Belo Horizonte, s.d. Disponível em: <http://www.belo Horizonte.mg.gov.br/local/servicos-turisticos/informacoes-turisticas/ampaq-assoc-min-dos-prod-de-cachaca-de-qualid>. Acesso em: 28 maio. 2019

BRASILEIRO não é um grande consumidor. *Jornal Correio de Uberlândia*, 30 de setembro de 1995. Suporte em papel.

CACHAÇA é o produto mais tributado no país. *Infomoney* [Revista Online]. Postado em: 04 de maio 2017. [s.l.], Suporte digital. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/minhas-financas/consumo/noticia/6382767/produtos-que-brasileiro-mais-paga-imposto>

CACHAÇA também é cultura. *Portal do MEC*. – Ministério da Cultura. Assessoria de comunicação do Ministério da Cultura. Brasília, 2003. Suporte digital, disponível em PDF.

CACHAÇARIA NACIONAL. 9 dicas de como identificar uma cachaça de qualidade. *Blog da Cachaçaria nacional*. Postado em 4 out. 2017. Disponível em: <https://blog.cachacarianacional.com.br/9-dicas-de-como-identificar-uma-cachaca-de-qualidade/> Acesso em: 12 jan. 2019.

CASTRO, Míriam. Raio gourmetizador vira piada nas redes sociais. *Estadão*, São Paulo, 23 de dezembro de 2014 [Online]. Disponível em: <https://paladar.estadao.com.br/noticias/comida,raio-gourmetizador-vira-piada-nas-redes-sociais,10000008206>. Acesso em: 24 maio 2019.

CONHEÇA nossa história. *Cachaça Bem me quer*. Disponível em: <http://www.cachacabemmequer.com.br/sobre> Acesso em: 08 jun. 2019.

CONTUR. Confederação Nacional do Turismo. *2ª edição do Festival Cachaça Gourmet e Café Vale do Paraíba*. Disponível em: <http://cntur.com.br/2a-edicao-do-festival-cachaca-gourmet-e-cafe-vale-do-paraiba/>. Acesso em 01 jun. 2019.

DIAS, Sandro. Novas comidas gourmet são uma forma cafona de distinção social. *UOL*, São Paulo, 04 set. 2014. Notícias Opinião. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/opiniao/coluna/2014/09/04/novas-comidas-gourmet-sao-uma-forma-cafona-de-distincao-social.htm?cmpid=copiaecola> Acesso em: 02 jul. 2019.

ÉPOCA. *Um suave perfume de mulher: herdeiras controlam grandes e pequenas produtoras de aguardente no Brasil*. abr. 2000. Disponível em: <http://epoca.globo.com>. Acesso em 12 dez. 2018.

FELLET, João. Por que este especialista diz que a “culinária mineira é um mito”? *BBC News – São Paulo*. [Online]. Postado em: 8 dez. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-46403816>. Acesso em: 10 maio. 2019.

FRANCO, Pedro Rocha. Cachaça de Salinas agora tem certificado de autenticidade. Postado em 27 ago. 2012. *Minas Viva*. Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/especiais/minas-viva/noticias/2012/07/23/noticias\\_internas\\_minas\\_viva,307593/cachaca-de-salinas-agora-tem-certificado-de-autenticidade.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/especiais/minas-viva/noticias/2012/07/23/noticias_internas_minas_viva,307593/cachaca-de-salinas-agora-tem-certificado-de-autenticidade.shtml). Acesso em 10 fev. 2019.

GUIA BHR. Cachaça GRM: produção genuinamente brasileira que agrada o mundo. *Blog do Guia*. Postado em 16 fev. 2013. Disponível em: <https://www.guiabhr.com.br/blog/cachaca-grm-producao-genuinamente-brasileira-que-agrada-o-mundo/> Acesso em: 13 jun. 2019.

GRM Cachaça. *Guia BHR*. [Revista Online], s.d. Suporte digital, disponível em PDF.

HENRIQUE Fogaça, do Master Chef, lança carta de cachaças. *Mapa da cachaça*. Campinas, 03 de setembro de 2015. Disponível em: <https://www.mapadacachaca.com.br/noticias/henrique-fogaca-do-masterchef-lanca-carta-de-cachacas>. Acesso em 02 jun. 2019.

IBGE. Salinas, a capital brasileira da cachaça artesanal. *Agência IBGE notícias*. Postado em 21 jul. 2017. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/14803-salinas-a-capital-nacional-da-cachaca-artesanal>. Acesso em 13 fev. 2019.

IMA DÁ INÍCIO à inspeção e fiscalização da produção e comercialização da cachaça em Minas. *Portal digital da SEAPA - SEAPA - Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento de Minas Gerais*. Postado em 03 jul. 2018. Suporte digital. Disponível em PDF. Endereço eletrônico geral: [www.agricultura.mg.gov.br](http://www.agricultura.mg.gov.br).

JANUZZI, Felipe. O território (terroir) da cachaça. *Mapa da cachaça*. Postado em 28 out. 2014. Disponível em: <http://www.mapadacachaca.com.br/artigos/o-territorio-terroir-da-cachaca>. Acesso em 10 jan. 2019.

LAPORTA, Taís. Empresário de 23 anos ganha a vida com bebida misturada a ouro comestível. *Brasil Econômico*, São Paulo, 25 de julho de 2014 [Online]. Disponível em: <https://economia.ig.com.br/financas/seunegocio/2014-07-25/empresario-de-23-anos-ganha-a-vida-com-cachaca-misturada-a-ouro-comestivel.html>. Acesso em 04 jun. 2019.

LATORRE, Julia. 20 destinos “cachaceiros” no Brasil. *Viagem e turismo*. São Paulo: Grupo Abril. Publicado em 5 set. 2014. [Atualização: 14 fev. 2017]. Disponível em: <https://viagemeturismo.abril.com.br/materias/destinos-cachaca-alambiques-brasil>. Acesso em 26 fev. 2019.

LIBÓRIO, Bárbara. Realities culinários fazem sucesso na TV aberta e conquistam anunciantes. *Brasil Econômico* [Online]. Postado em: 06 mar. 2015. Disponível em: <https://economia.ig.com.br/2015-03-06/realities-culinarios-fazem-sucesso-na-tv-aberta-e-conquistam-anunciantes.html> Acesso em: 14 jun. 2019.

LOPES, José Otávio de Carvalho. A importância do selo de qualidade para a cachaça de alambique. *Cachaça com notícia*, Belo Horizonte, ano 11, n. 52, 2017, n.p.

LOPES, José Otávio de Carvalho. Cachaça é cultura. Cachaça é Brasil. *Cachaça com notícia*, Belo Horizonte, ano 11, n. 53, 2017, n.p.

LOPES, José Otávio de Carvalho. 30 anos de história de entidade pioneira. *Cachaça com notícia*, Belo Horizonte, ano 12, n. 54, 2018, n.p.

MENDES, Flávio. Cachaça Carvalheira: um role pela fábrica da Carvalheira. *Viaje Leve*. Postado em 1 fev. 2016. Disponível em: < <https://www.viajeleve.net/cachaca-carvalheira-um-role-pela-fabrica-da-carvalheira>> Acesso em 22 fev. 2019.

MIDDAS. Visita ao alambique. *Middas – Golden Touch*. Postado em 16 set. 2015. Disponível em: <http://www.middascachaca.com.br/news/news/visita-ao-alambique.html>. Acesso em: 02 jun. 2019.

PRODUTORES de cachaça investem na sofisticação para elevar padrão gourmet. *Estado de Minas*, Belo Horizonte, 28 de fevereiro de 2013. [Online]. Disponível em: <https://www.uai.com.br/app/noticia/gastronomia/2013/02/28/noticias-gastronomia,140726/produtores-de-cachaca-investem-na-sofisticacao-para-elevar-padrao-gour.shtml>. Acesso em: 24 maio 2019.

RANKING Playboy da cachaça. *Revista Playboy*. São Paulo: Abril Cultural, 2007, p. 91-96.

SANTIAGO, Roberto Carlos Morais. Cachaça havana: 75 anos de história. *Blog Cachaças de Salinas*. Postado em 25 jun. 2018. Disponível em: <https://cachacasdesalinas.com/2018/06/27/cachaca-havana-74-anos-de-historia>. Acesso em: 14 jan. 2019.

SANTIAGO, Roberto Carlos Morais. Cachaça Havana, patrimônio cultural imaterial de Salinas. *Blog História da Salinas*. Postado em: 21 jul. 2010. Disponível em: <https://historiadesalinas.wordpress.com/2010/07/21/cachaca-havana-patrimonio-cultural-imaterial-de-salinas/> Acesso em: 28 abr. 2019.

SITE da cachaça. *AMPAQ – Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade*. Postado em: 16 jul. 2015. Disponível em: <http://www.sitedacachaca.com.br/ampaq-associacao-mineira-dos-produtores-de-cachaca-de-qualidade/> Acesso em: 09 jul. 2019.

TAMBELINI, Fernanda. O luxo rende, pode apostar. *Pequenas empresas e grandes negócios*. São Paulo: Abril cultural, set. 2007.

TEIXEIRA, Rafael Farias; CECHINEL, Camila. Empresário brasileiro lança cachaça com ouro comestível. *Pequenas Empresas, Grandes Negócios*. [S.l.], 15 de julho de 2014. [Online]. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Noticias/noticia/2014/07/empresario-brasileiro-lanca-cachaca-com-ouro-comestivel.html> Acesso em: 04 jun. 2019.

TURISMO em Monte Alegre do Sul. Alambiques. In: *Serviços e Atrativos*, 2017. Disponível em: <https://www.montealegredosul.tur.br/gastronomia/5/alambiques>. Acesso em 23 fev. 2019.

### **Relatórios**

AGROSTAT - Estatísticas de Comércio Exterior do Agronegócio Brasileiro. Exportação de cachaça – 2017. Ranking de países. Apud SITE da cachaça. *Exportação de cachaça em 2017*. [s.l.], 2017. Disponível em: <http://www.sitedacachaca.com.br/exportacao-de-cachaca-em-2017>. Acesso em: 10 fev. 2019.

BORTOLETTO, Aline. Influência da madeira na qualidade da cachaça envelhecida. In: 47<sup>a</sup> *Reunião da Câmara Setorial da Cadeia Produtiva da Cachaça*. Esalq; USP, s.d.

INPI. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. *Indicação Geográfica no Brasil*. Atualizado em 08 mar. 2019. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/indicacao-geografica-no-brasil> Acesso em 29 abr. 2019.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. *O Setor Produtivo da Cachaça*. Postado em: jan. 2009. Disponível em: [www.agricultura.gov.br](http://www.agricultura.gov.br)

SEBRAE/MG. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Diagnóstico da Cachaça de Minas Gerais*. Belo Horizonte, 2001.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Cachaça artesanal. *Estudos de mercado SEBRAE/ESPM, 2008*. Relatório Completo. Brasília, 2008.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Cachaça: um negócio brasileiro*. 2. ed. São Paulo: Ramos, 2010.

SEBRAE. Cachaça artesanal. *Estudos de mercado SEBRAE/ESPM, 2012*. Relatório Completo. Brasília, 2012.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Indicações geográficas brasileiras: cachaça = Brazilian geographical indications: cachaça = Indicaciones geográficas brasileñas: cachaza*. Brasília: Sebrae, INPI, 2016.

### ***Livros sobre alimentação e cachaça***

ALMEIDA, R. *Cachaça - Um cálice de história*. 2006. Disponível em: [www.mundocaipira.com.br/cachacas](http://www.mundocaipira.com.br/cachacas). Acesso em: 14 set. 2018.

CARVALHO, Hernani de. *No mundo maravilhoso do folclore*. Rio de Janeiro: [s.n.], 1966.

CASCUDO, Luís da Câmara. *História da alimentação no Brasil*. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia; São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1983.

CASCUDO, Luís da Câmara. *Prelúdio da Cachaça: etnografia, história e sociologia da aguardente no Brasil*. São Paulo: Global, 2006.

CASCUDO, Luiz da Câmara. *Dicionário do Folclore Brasileiro* (Coleção dicionários especializados). Brasília: Instituto Nacional do Livro, 1972.

CAVALCANTI, Maria Laura Viveiros de Castro; FONSECA, Maria Cecília Londres. *Patrimônio imaterial no Brasil*. Legislação e políticas estaduais. Brasília: Unesco, Educarte, 2008.

SOUTO MAIOR, Mário. *Alimentação e folclore*. Rio de Janeiro: Funarte / Instituto Nacional do Folclore, 1998.

SOUTO MAIOR, Mário. *Cachaça*. Coleção Canavieira, nº 3. Rio de Janeiro: Instituto do Açúcar e do Alcool, 1970.

### ***Documentos legais e institucionais***

- ABRABE. *Categoria Cachaça*. Disponível em: [www.abrabe.org.br](http://www.abrabe.org.br). Acesso em: 10 jan. 2015.
- ABRIL CULTURAL. *Pequeno Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa Ilustrado*. São Paulo: Abril Cultural, 1973.
- ABS –MINAS. Associação Brasileira de Sommeliers - Minas. *Curso de sommelier de cachaça*. Disponível em: <https://abs-minas.com.br/curso/curso-sommelier-de-cachaca-2/>. Acesso em: 02 jun. 2019.
- ACORDO de Lisboa. Decreto-Lei n.º 46852 Acordo de Lisboa relativo à protecção das denominações de origem e ao seu registo internacional e o seu Regulamento de Execução. *Gabinete de documentação e direito comparado*. Paço do Governo da República, Lisboa, 2 de fevereiro de 1966. Disponível em: <http://gddc.ministeriopublico.pt/sites/default/files/documentos/instrumentos/dl46852.pdf>. Acesso em 13 jun. 2019.
- AMPAQ. Acordo de comportamento ético. *Programa de garantia de qualidade da cachaça de alambique*. Belo Horizonte, s.d.
- AMPAQ. Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade. *Produção de cachaça*. Disponível em: [www.ampaq.com.br](http://www.ampaq.com.br). Acesso em: 02 jan. 2009.
- ANPAQ. Associação Nacional dos Produtores e Integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique. 2018. Disponível em: <https://www.anpaq.com.br/>. Acesso em 14 maio 2019.
- BRASIL. Decreto n° 4062 de 21 de dezembro de 2001. Define as expressões “cachaça”, “Brasil” e “Cachaça do Brasil” como indicações geográficas. *Diário Oficial da União*. Brasília, 26 dez. 2001, p. 4.
- BRASIL. Decreto n° 3551 de 4 de agosto de 2000. Institui o registro de bens culturais de natureza imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro, cria o programa nacional do patrimônio imaterial e dá outras providências. *Diário Oficial da União*. Brasília, 4 ago. 2000.
- BRASIL. Decreto n° 4.851, de 2 de outubro de 2003. Altera dispositivos do Regulamento aprovado pelo Decreto n° 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. *Diário Oficial da União*. Brasília, 3 out. 2003.
- DECLARAÇÃO Universal dos Direitos Humanos. Unic/Rio/005. 2009. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2018/10/DUDH.pdf>. Acesso em 15 abr. 2019.
- MINAS GERAIS. Lei n° 13.949, de 11 de julho de 2001. Dispõe sobre estabelecer o padrão de identidade e as características do processo de elaboração da “Cachaça de Minas” e dá outras providências. *Minas Gerais Diário do Executivo*, Belo Horizonte, 12 jul. 2001, p. 3, col. 1.
- MINAS GERAIS. Decreto 42.644 de 5 de junho de 2002 Regulamenta a Lei n° 13.949, de 11 de julho de 2001, que estabelece o padrão de identidade e as características do processo de elaboração da Cachaça de Alambique e dá outras providências. *Minas Gerais Diário do Executivo*, Belo Horizonte, 06 jun. 2002, p. 10, col. 1.

ONU. GENERAL COMMENT No. 17 (2005). The right of everyone to benefit from the protection of the moral and material interests resulting from any scientific, literary or artistic production of which he or she is the author. [O direito de todos se beneficiarem da proteção do patrimônio cultural]. Genebra, 12 jan. 2006.

ONU. General comment No. 21 (2009). Right of everyone to take part in cultural life (art. 15, para. 1 (a), of the International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights). [O direito de todos de fazerem parte da vida cultural]. Genebra, 21 dec. 2009.

### ***Verbetes e Dicionários***

ABRIL CULTURAL. *Pequeno Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa Ilustrado*. São Paulo: Abril Cultural, 1973.

ALMEIDA, Antônio Rocha. *Dicionário de História do Brasil* (Enciclopédia do Curso Secundário). Porto Alegre: Globo, 1969.

BANDECCHI, Brasil; ARROYO, Leonardo; ROSA, Ubiratan; [Organização geral: Departamento Editorial das Edições Melhoramentos]. *Novo dicionário de história do Brasil: ilustrado*. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

FLORENZANO, Éverton. *Moderno Dicionário de bolso de História do Brasil – com 90 ilustrações originalíssimas*. Ilustrações de Edmundo Rodrigues. Rio de Janeiro: TecnoPrint (Edições de ouro. Coroa de ouro), 1964.

GOURMET. In: MICHAELIS – Dicionário Escolar Francês. São Paulo: Melhoramentos, 2019. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/escolar-frances/busca/frances-portugues/gourmet/>. Acesso em: 02 jul. 2019.

GRM Cachaça. The polished palote. *Spirits of Mexico*. New York, October, 13 2011.

FORMAR. *Novo Dicionário Enciclopédico Ilustrado*. São Paulo: Formar, 1973.

HOUAISS; Antônio; VILLAR, Mauro Salles. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

MELHORAMENTOS. *Novo Dicionário Brasileiro Melhoramentos Ilustrado*. Rio de Janeiro: Bloch, 1976.

### ***Diversos – Documentos Escritos***

ABS –MINAS. Associação Brasileira de Sommeliers - Minas. *Curso de sommelier de cachaça*. Disponível em: <https://abs-minas.com.br/curso/curso-sommelier-de-cachaca-2/>. Acesso em: 02 jun. 2019.

## REFERÊNCIAS

ABDALA, Mônica Chaves. Práticas sustentáveis temperadas por memórias e experiências. *Revista Ingesta*, São Paulo, v.1, n.1, p. 161, mar 2019.

ABDALA, Mônica Chaves. *Receita de mineiridade – a cozinha e a construção da imagem do mineiro*. 2 ed. Uberlândia: Edufu, 2007.

ABDALA, Mônica Chaves. Saberes e sabores: tradições culturais populares do interior de Minas e de Goiás. *História: questões & debates*, Curitiba, n. 54, p. 125-158, jan./jun. 2011.

ABDALA, Mônica Chaves. Sabores da tradição. *Revista do Arquivo Público Mineiro*. Belo Horizonte, v. 1, n. 2, p. 119-129, 2006.

ABDALA, Mônica Chaves. Tradições, patrimônio, segurança alimentar e sustentabilidade. In: REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA, 31., 2018, Brasília (DF). *Anais [...]* Brasília: Universidade de Brasília, 2018. Disponível em: [file:///C:/Users/User/Downloads/31RBA%20-%20GT6%20-Abdala%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/31RBA%20-%20GT6%20-Abdala%20(1).pdf). Acesso em: 31 mar. 2019.

ACAYABA, Marlene Milan; ZERON, Carlos Alberto (org.). *Equipamentos, usos e costumes da casa brasileira – Alimentação*. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2000.

ALBERTI, Verena. *O riso e o risível na história do pensamento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar; Ed. FGV, 1999.

ALGRANTI, Leila Mezan. Aguardente de cana e outras aguardentes: por uma história da produção e do consumo de licores na América portuguesa. In: VENÂNCIO, Renato Pinto; CARNEIRO, Henrique. *Álcool e drogas na história do Brasil*. São Paulo: Alameda | Belo Horizonte: Autêntica, p. 71-92.

ALLÉRÈS, Danielle. *Luxo...: Estratégias / Marketing*. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

ALMEIDA, R. *Cachaça - Um cálice de história*. 2006. Disponível em: [www.mundocaipira.com.br/cachacas](http://www.mundocaipira.com.br/cachacas). Acesso em: 14 set. 2018.

ANDRADE, Bruna Laura Santos de. *Gourmet e atratividade turística: ressignificações da Gastronomia regional de Fortaleza/CE*. 2018. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos) – Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2018.

ANTONIL, André João. *Cultura e opulência do Brasil*. 3. ed. Belo Horizonte: Itatiaia/ São Paulo: Edusp, 1982.

ARAÚJO, Ricardo Benzaquen de. *Guerra e paz: Casa-Grande e Senzala e a obra de Gilberto Freyre nos anos 30*. São Paulo: Editora 34 Letras, 1994.

ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. *Mitologia da mineiridade: o imaginário mineiro na vida política e cultural do Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1999.

ASSOCIAÇÃO Brasileira de Normas Técnicas. ABNT: NBR 6023 [Informação e documentação – referências – elaboração]. Rio de Janeiro: ABNT, 2018.

AVELAR, Alexandre de Sá. *O lugar da história no presente: reflexões sobre o tempo e o testemunho*. Uberlândia, 2014. Não publicado.

BANDECCHI, Brasil; ARROYO, Leonardo; ROSA, Ubiratan; [Organização geral: Departamento Editorial das Edições Melhoramentos]. *Novo dicionário de história do Brasil: ilustrado*. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

BARBOSA, Livia. *Sociedade de Consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2004.

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (org.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: Editora da FGV, 2006.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.

BAUMAN, Zigmunt. *Ensaio sobre o conceito de cultura*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1991.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George (ed). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, 2002.

BELO HORIZONTE Surpreendente. *Associação Nacional dos Produtores de Cachaça de Alambique*. Belo Horizonte, s.d. Disponível em: <http://www.belo Horizonte.mg.gov.br/local/servicos-turisticos/informacoes-turisticas/ampaq-assoc-min-dos-prod-de-cachaca-de-qualid>. Acesso em: 28 maio. 2019.

BENDITA Marvada. Primeira Temporada [Online]. *Globo Comunicações e Participações S.A.* Disponível em: <https://globosatplay.globo.com/globosat/bendita-marvada/>. Acesso em: 12 dez. 2018.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica [Primeira versão]. In: \_\_\_\_\_. *Magia e técnica, arte e política*. Ensaio sobre literatura e história da cultura [Obras Escolhidas, v.1]. 2 ed. Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1986, p. 165-196.

BERTAUX, Daniel; BERTAUX-WIAME, Isabelle. Mistérios da Baguete – Padarias Artesanais na França: como vivem e porque sobrevivem. São Paulo: *Novos Estudos CEPRAP*, n. 19, dez. 1987.

BETTIOL, Liana Watson. *A Gastronomia e a comunicação: análise do discurso gastronomia a partir do chef Jamie Oliver e do filme Ratatouille*. Brasília: Comunicação Social UniCEUB, 2010.

BORGES, Maria Elisa Linhares. Cultura dos ofícios: patrimônio cultural, história e memória. *Varia Historia*, Belo Horizonte, v. 27, n. 46: p. 481-508, jul./dez 2011.

BOTELHO, Ângela Viana; REIS, Liana Maria. *Dicionário Histórico do Brasil – Colônia e Império*. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

BRAYNER, Natália Guerra. *Patrimônio cultural imaterial: para se saber mais*. Brasília: IPHAN, 2007.

BRANDÃO, Bárbara de Oliveira. *A valorização dos produtos tradicionais através da indicação geográfica: o potencial do aratu de Santa Luzia do Itanhy*. 2016. Dissertação (Mestrado em Propriedade Intelectual) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2016.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil*: promulgada em 5 de outubro de 1988. [Contém as emendas constitucionais posteriores]. Brasília: Senado, 1988. Disponível em:

[http://www.senado.gov.br/legislacao/const/con1988/con1988\\_04.02.2010/art\\_216\\_.shtm](http://www.senado.gov.br/legislacao/const/con1988/con1988_04.02.2010/art_216_.shtm).

Acesso em: 13 fev. 2019.

BRASIL. Decreto nº 4062 de 21 de dezembro de 2001. Define as expressões “cachaça”, “Brasil” e “Cachaça do Brasil” como indicações geográficas. *Diário Oficial da União*. Brasília, 26 dez. 2001, p. 4. Disponível em:

<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2001/decreto-4062-21-dezembro-2001-429346-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em: 13 dez. 2018.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil S. A, 1989.

BOURDIEU, Pierre *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense, 2004.

BUCHELI, Marcelo; WADHWANI, R. Daniel. *Organizations in Time: history, theory, methods*. Oxford: University Press, 2014.

CACHAÇARIA NACIONAL. 9 dicas de como identificar uma cachaça de qualidade. *Blog da Cachaçaria nacional*. Postado em: 4 out. 2017. Disponível em:

<https://blog.cachacarianacional.com.br/9-dicas-de-como-identificar-uma-cachaca-de-qualidade/>. Acesso em: 12 jan. 2019.

CACHAÇARIA WEBER Hauss. Weber Hauss, Cachaça Premium Black. Brailian Run. *Cachaçaria Weber Haus*, 2019. Disponível em:

[http://www.weberhaus.com.br/blog/53/Boas-doses-de-conhecimento-e-de-Cachacas-Weber-Haus-serao-oferecidas-na-2\\_-Cacharitiba](http://www.weberhaus.com.br/blog/53/Boas-doses-de-conhecimento-e-de-Cachacas-Weber-Haus-serao-oferecidas-na-2_-Cacharitiba). Acesso em: 10 fev. 2019.

CAMARGO, Andrea Barbosa. *O mito feminino em rótulos de cachaça*. O uso da sedução como estratégia publicitária. 2007. Dissertação (Mestrado em Comunicação) –Universidade de Pernambuco, Recife, 2007.

CARDOSO, Ciro Flamarion. Uma opinião sobre as representações sociais. *In: Representações*. – Contribuição a um debate transdisciplinar. Campinas: Papirus, 2000, 9-29.

CARNEIRO, Henrique. *Comida e sociedade: uma história da alimentação*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CARNEIRO, Henrique. Transformações do significado da palavra “droga”: de especiarias coloniais ao proibicionismo contemporâneo. *In: VENÂNCIO, Renato Pinto; CARNEIRO, Henrique (org.). Álcool e drogas na história do Brasil*. São Paulo: Alameda; Belo Horizonte: Editora PUCMinas, 2005, p. 11-28.

- CARVALHO, Hernani de. *No mundo maravilhoso do folclore*. Rio de Janeiro: [s.n.], 1966.
- CASCUDO, Luís da Câmara. *História da alimentação no Brasil*. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia; São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1983.
- CASCUDO, Luís da Câmara. *Prelúdio da Cachaça: etnografia, história e sociologia da aguardente no Brasil*. São Paulo: Global, 2006.
- CASCUDO, Luiz da Câmara. *Dicionário do Folclore Brasileiro* (Coleção Dicionários Especializados). Brasília: Instituto Nacional do Livro, 1972.
- CASTRO, Míriam. Raio gourmetizador vira piada nas redes sociais. *Estadão*, São Paulo, 23 de dezembro de 2014 [Online]. Disponível em: <https://paladar.estadao.com.br/noticias/comida,raio-gourmetizador-vira-piada-nas-redes-sociais,10000008206>. Acesso em: 24 maio 2019.
- CASTRO, Maria Laura Viveiros de; FONSECA, Maria Cecília Londres. *Patrimônio imaterial no Brasil*. Brasília: UNESCO, Educarte, 2008.
- CAVALCANTI, Maria Laura Viveiros de Castro; FONSECA, Maria Cecília Londres. *Patrimônio imaterial no Brasil*. Legislação e políticas estaduais. Brasília: Unesco, Educarte, 2008.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. Artes do fazer*. 19 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.
- CERTEAU, Michel. *A cultura no plural*. São Paulo: Papyrus, 1995.
- CHARTIER, Roger. *História cultural: entre práticas e representações*. 2 ed. Rio de Janeiro: Difel, 2002.
- CHARTIER, Roger. O mundo como representação. *Estudos Avançados* [online]. São Paulo, v. 5, n. 11, p. 173-191, jan./abr. 1991. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-40141991000100010>. Acesso em: 24 mar. 2019.
- COMPANHIA Müller de Bebidas. Unidades fabris: unidade destilaria Lajeado. *Companhia Müller de bebidas*. [S.d.]. Disponível em: <https://www.ciamuller.com.br/unidades-fabris>. Acesso em: 02 jun. 2019.
- CONHEÇA nossa história. *Cachaça Bem me quer*. Disponível em: <http://www.cachacabemmequer.com.br/sobre> Acesso em: 08 jun. 2019.
- CORTI, Matteus. Do Brasil colonial para o mundo: como a cachaça influencia o país. *Repórter Unesp*, 28 jun. 2017. Disponível em: <http://reporterunesp.jor.br/2017/06/28/do-brasil-colonial-para-o-mundo-como-cachaca-influencia-o-pais>. Acesso em: 8 fev. 2019.
- COSTA, Alessandra de Sá Mello da; BARROS, Denise Franca; MARTINS, Paulo Emílio Matos. Perspectiva histórica em administração: novos objetos, novos problemas, novas abordagens. *RAE*, v. 50, n. 3, jul./set. 2010.
- COSTA, Alessandra de Sá Mello da; SILVA, Marcelo Almeida de Carvalho. A Pesquisa Histórica em Administração: uma Proposta para Práticas de Pesquisa. *RAEP*, v. 20, n. 1, 2019.

COUTINHO, Edilma Pinto. Aspectos da evolução do mercado da cachaça. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 23, 2003. *Anais* [...] Ouro Preto: Abepro, 2003. Disponível em: [http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2003\\_tr0111\\_0600.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2003_tr0111_0600.pdf). Acesso em: 14 jan. 2019.

CRUZ, Rafaela Costa. *Narrativas de consumidores de cachaça e representação social: construção negociada de significados*. 2009. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2009.

CONTUR. Confederação Nacional do Turismo. *2ª edição do Festival Cachaça Gourmet e Café Vale do Paraíba*. Disponível em: <http://cntur.com.br/2a-edicao-do-festival-cachaca-gourmet-e-caffe-vale-do-paraiba/>. Acesso em: 01 jun. 2019.

CUNHA FILHO, Francisco Humberto. *Direitos culturais como direitos fundamentais no ordenamento jurídico brasileiro*. Brasília, DF: Brasília Jurídica, 2000.

CZARNIAWSKA, Barbara. *Narrating the organization*. Dramas of institutional identity. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1997.

CZARNIAWSKA, Bárbara. *A theory of organizing*. Cheltenham: Edward Elgar Press, 2008.

CZARNIAWSKA, Bárbara. Going back to go forward: on studying organizing in action nets. In: HERNES, T.; MAITLIS, S. (org.). *Process, sensemaking, & organizing: perspectives on process organization studies*. New York, NY: Oxford University Press, 2010, p. 140-160.

DALLABRIDA, Valdir Roque. Território e desenvolvimento sustentável: Indicação Geográfica da erva-mate de ervas nativas no Brasil. *Informe Gepec*, Toledo, v. 16, nº 1, p. 42-59, 2012. Disponível em: <https://www.unc.br/mestrado/docs/ARTIGO-DESENVOLVIMENTO-SUSTENTAVEL-E%20IG-GEPEC.pdf> Acesso em: 2 maio 2019.

DA MATTA, Roberto. *A casa e a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DECLARAÇÃO Universal dos Direitos Humanos. Unic/Rio/005. 2009. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2018/10/DUDH.pdf>. Acesso: em 15 abr. 2019.

DECCA, Edgar Salvatori de. *O Nascimento das fábricas*. 17.. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 2012.

DE SIQUEIRA Euler David; DIAS Nathália Caroline. Boa para beber, melhor para pensar: a valorização da cachaça e a afirmação da identidade nacional brasileira. In: JORNADAS SANTIAGO WALLACE DE INVESTIGACIÓN EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL, 7, 2013, Sección de Antropología Social. Instituto de Ciencias Antropológicas. Facultad de Filosofía y Letras. *Anais* [...] Buenos Aires: UBA, 2013, n.p.

DIAS, Sandro. Novas comidas gourmet são uma forma cafona de distinção social. *UOL*, São Paulo, 04 set. 2014. Notícias Opinião. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/opinia/coluna/2014/09/04/novas-comidas-gourmet-sao-uma-forma-cafona-de-distincao-social.htm?cmpid=copiaecola> Acesso em: 02 jul. 2019.

DÓRIA, Carlos Alberto; BASTOS, Marcelo Corrêa. *A culinária caipira da Paulistânia – a história e as receitas de um modo antigo de comer*. São Paulo: Três Estrelas, 2018.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: rumo a uma antropologia do consumo*. New York: Routledge, 1996.

DUARTE, Márcia de Freitas; ALCADIPANI, Rafael. Contribuições do Organizar (Organizing) para os Estudos Organizacionais. In: ENCONTRO DA ANPAD [Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração], 37, 2013. *Anais [...]*. Rio de Janeiro: Anais do XXXVII ENANPAD, 2013. Disponível em: [http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2013\\_EnANPAD\\_EOR1568.pdf](http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2013_EnANPAD_EOR1568.pdf). Acesso em: 20 abr. 2019.

ELIAS, Nobert. *O processo civilizador: uma história de costumes*. Rio de Janeiro: Zahar, 1990.

ENGENHO Manual que Faz Caldo de Cana. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2019. Disponível em: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/obra61279/engenho-manual-que-faz-caldo-de-cana>. Acesso em: 05 de Fev. 2019. Verbetes da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7

ÉPOCA. *Um suave perfume de mulher: herdeiras controlam grandes e pequenas produtoras de aguardente no Brasil*. abr. 2000. Disponível em: <http://epoca.globo.com>. Acesso em: 12 dez. 2018.

ERLL, Astrid. Travelling memory. *Parallax*. v.17, n.4, p 4-18, 2011.

FELLET, João. Por que este especialista diz que a “culinária mineira é um mito”? *BBC News – São Paulo*. [Online]. Postado em: 8 dez. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-46403816>. Acesso em: 10 maio. 2019.

FERNANDES, João Azevedo. Guerreiros em Transe. *Revista de História*, n. 4, outubro, 2005.

FESTIVAL Cachaça Gourmet. *Fotos*. Belo Horizonte, 11 maio 2019. Facebook: Festival Cachaça Gourmet @cachacagourmet. Disponível em: [https://www.facebook.com/pg/CachacaGourmet/photos/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/CachacaGourmet/photos/?ref=page_internal). Acesso em: 01 jun. 2019.

FIGUEIREDO, Luciano Raposo de Almeida. A linguagem da embriaguez: cachaça e álcool no vocabulário político das rebeliões na América portuguesa. *Revista de História*, São Paulo [online], n. 176, a03416. Epub 09, 2017. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revhistoria/article/view/114859/122726>. Acesso em: 16 abr.2019.

FRANCO, Pedro Rocha. Cachaça de Salinas agora tem certificado de autenticidade. Postado em: 27 ago. 2012. *Minas Viva*. Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/especiais/minas-viva/noticias/2012/07/23/noticias\\_internas\\_minas\\_viva,307593/cachaca-de-salinas-agora-tem-certificado-de-autenticidade.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/especiais/minas-viva/noticias/2012/07/23/noticias_internas_minas_viva,307593/cachaca-de-salinas-agora-tem-certificado-de-autenticidade.shtml). Acesso em: 10 fev. 2019.

FLORENZANO, Éverton. *Moderno Dicionário de bolso de História do Brasil* – com 90 ilustrações originalíssimas. Ilustrações de Edmundo Rodrigues. Rio de Janeiro: TecnoPrint (Edições de ouro. Coroa de ouro), 1964.

FORMAR. *Novo Dicionário Enciclopédico Ilustrado*. São Paulo: Formar, 1973.

FREYRE, Gilberto. *A presença do açúcar na formação brasileira*. Recife: Coleção Canavieira, n. 16, 1975.

FREYRE, Gilberto. *Casa Grande e Senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal*. São Paulo: Global, 2006.

FUCHS, Angela Maria Silva; FRANÇA, Maira Nani; PINHEIRO, Maria Salette de Freitas. *Guia para normalização de publicações técnico – científicas*. Uberlândia: EDUFU, 2013.

GABRIEL, Afra Vital Matos Dias. *Influência do tipo de fermento e do envelhecimento sobre a qualidade da cachaça artesanal orgânica*. Dissertação (Mestrado em Ciências Agrárias) – Universidade Federal de São Carlos, Araras, SP, 2010.

GAMBARRO, Daniel. Bourdieu, Baudrillard e Bauman: o Consumo Como Estratégia de Distinção. *Revista Novos Olhares*. São Paulo, v.1, n.1, p. 19-26, 2012.

GUIA BHR. Cachaça GRM: produção genuinamente brasileira que agrada o mundo. *Blog do Guia*. Postado em: 16 fev. 2013. Disponível em: <https://www.guiabhr.com.br/blog/cachaca-grm-producao-genuinamente-brasileira-que-agrada-o-mundo/> Acesso em: 13 jun. 2019.

GODOY, Marcelo Magalhães. *No país das minas de ouro a paisagem vertia engenhos de cana e casas de negócio - um estudo das atividades agroaçucareiras tradicionais mineiras, entre o setecentos e o novecentos, e do complexo mercantil da província de Minas Gerais*. 2004. Tese (Doutorado em História) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

GODOY, Marcelo Magalhães. O primado do mercado interno: a proeminência do espaço canavieiro de Minas Gerais no último século de hegemonia das atividades agroaçucareiras tradicionais no Brasil. *Estudos Econômicos*, São Paulo, v. 38, n. 4, p. 815-848, 2008.

GONÇALVES, Andrea Lisly; VENÂNCIO, Renato Pinto. Aguardente e sedição em Ouro Preto, 1831-1833. In: VENÂNCIO, Renato Pinto; CARNEIRO, Henrique. *Álcool e drogas na história do Brasil* (org.). São Paulo: Alameda; Belo Horizonte: Editora PUCMinas, 2005.

GONÇALVES, M. F.; VIDAL, M. F. FIGUEIREDO JUNIOR, C. A. *Cachaça e rapadura na área de jurisdição do BNB: produção, tecnologia e mercado*. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2008.

GONÇALVES, José Reginaldo. Autenticidade. Memória e ideologias nacionais. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. I, n. 2, 1988, p. 264-275.

GONÇALVES NETO, Wenceslau. *Agricultura e política agrícola na década de 70: a cafeicultura em Araguari – MG*. 1983. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1983.

GOURMET. In: MICHAELIS – Dicionário Escolar Francês. São Paulo: Melhoramentos, 2019. Disponível em:  
<https://michaelis.uol.com.br/escolar-frances/busca/frances-portugues/gourmet/>. Acesso em: 02 jul. 2019.

GIL, Antônio Carlos; OLIVA, Eduardo de Camargo; GASPARG, Marco Antônio. A Regionalidade como Área de Estudo da Administração: um estudo de caso de um Programa de Mestrado em Administração. *Revista Gestão.Org* – Número Especial I ENEPQ, p. 11-24, nov. 2008.

GINZBURG, Carlo. Representação: a palavra, a ideia, a coisa. In: GINZBURG, Carlo. *Olhos de Madeira: nove reflexões sobre a distância*. São Paulo: Cia das Letras, 2001.

GURGEL, Viviane Amaral. Aspectos jurídicos da Indicação Geográfica. In: LAGARES, Lea; LAGES, Vinícius; BRAGA, Christiano Lima (org.). *Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: Indicações Geográficas e certificações para competitividade nos negócios*. Brasília: SEBRAE, 2006, p. 58-71.

HENRIQUE Fogaça, do Master Chef, lança carta de cachaças. *Mapa da cachaça*. Campinas, 03 de setembro de 2015. Disponível em:  
<https://www.mapadacachaca.com.br/noticias/henrique-fogaca-do-masterchef-lanca-carta-de-cachacas>. Acesso em: 02 jun. 2019.

HOBSBAWN, Eric; RANGER, Terence (org.). *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1984.

HOUAISS; Antônio; VILLAR, Mauro Salles. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Salinas, a capital brasileira da cachaça artesanal. *Agência IBGE notícias*. Postado em: 21 jul. 2017. Disponível em:  
<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/14803-salinas-a-capital-nacional-da-cachaca-artesanal>. Acesso em: 13 fev. 2019.

INPI. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. *Indicação Geográfica no Brasil*. Atualizado em 08 mar. 2019. Disponível em:  
<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/indicacao-geografica-no-brasil>  
 Acesso em: 29 abr. 2019.

JOLY, Martine. *Introdução à Análise da Imagem*. Campinas, SP: Papirus, 1994.

JOVCHELOVICH Sandra; BAUER, Martin W. Entrevista Narrativa. In: BAUER Martin W; GASKELL George. (ed.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes; 2002, p. 90-113.

JUNG, Júnia Maria de Castro Jung; SILVA, José Gomes da Silva. Pão de queijo: estudo de campo de consumidores de Belo Horizonte e região metropolitana para identificar a representatividade do pão de queijo na identidade mineira. *Revista Pensar Gastronomia*, v.3, n.2, p.1-32, jul. 2017. Disponível em:  
[http://revistapensar.com.br/gastronomia/pasta\\_upload/artigos/a71.pdf](http://revistapensar.com.br/gastronomia/pasta_upload/artigos/a71.pdf). Acesso em: 31 mar. 2019.

IPHAN - Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. *Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial*. 2014. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/portal/montarDetalheConteudo.do?id=12308&sigla=Institucional&retorno=detalheInstitucional>. Acesso em: 13 fev. 2019.

JANUZZI, Felipe. O território (terroir) da cachaça. *Mapa da cachaça*. Postado em: 28 out. 2014. Disponível em: <http://www.mapadacachaca.com.br/artigos/o-territorio-terroir-da-cachaca>. Acesso em: 10 jan. 2019.

KATRIB, Cairo Mohamad Ibrahim; SANTOS, Tadeu Pereira (org.). *Clareando caminhos: o pensar, o fazer e o ensinar de Maria Clara Tomaz Machado – uma historiadora à frente do seu tempo*. Uberlândia: Culturatrix, 2018.

LABAREE, Robert. The risk of going observationalist: negotiating the hidden dilemmas of being an insider participant observer. *Qualitative Research*, London, v. 2, n. 1, p. 97-122, 2002.

LAGARES, Lea; LAGES, Vinícius; BRAGA, Christiano Lima (org.). *Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: Indicações Geográficas e certificações para competitividade nos negócios*. Brasília: SEBRAE, 2006.

LAGES, Maurício Piatti. A formação do consumo *gourmet* no Brasil: o caso dos cafés especiais e dos corpos que os acompanham. 2015. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

LAPORTA, Taís. Empresário de 23 anos ganha a vida com bebida misturada a ouro comestível. *Brasil Econômico*, São Paulo, 25 de julho de 2014 [Online]. Disponível em: <https://economia.ig.com.br/financas/seunegocio/2014-07-25/empresario-de-23-anos-ganha-a-vida-com-cachaca-misturada-a-ouro-comestivel.html>. Acesso em 04 jun. 2019.

LATORRE, Julia. 20 destinos “cachaceiros” no Brasil. *Viagem e turismo*. São Paulo: Grupo Abril. Publicado em 5 set. 2014. [Atualização: 14 fev. 2017]. Disponível em: <https://viagemeturismo.abril.com.br/materias/destinos-cachaca-alambiques-brasil>. Acesso em: 26 fev. 2019.

LIBÓRIO, Bárbara. Realities culinários fazem sucesso na TV aberta e conquistam anunciantes. *Brasil Econômico* [Online]. Postado em: 06 mar. 2015. Disponível em: <https://economia.ig.com.br/2015-03-06/realities-culinarios-fazem-sucesso-na-tv-aberta-e-conquistam-anunciantes.html>. Acesso em: 14 jun. 2019.

LOPES, José Otávio de Carvalho. A importância do selo de qualidade para a cachaça de alambique. *Cachaça com notícia*, Belo Horizonte, ano 11, n. 52, 2017, n.p.

LOPES, José Otávio de Carvalho. Cachaça é cultura. Cachaça é Brasil. *Cachaça com notícia*, Belo Horizonte, ano 11, n. 53, 2017, n.p.

LOPES, José Otávio de Carvalho. 30 anos de história de entidade pioneira. *Cachaça com notícia*, Belo Horizonte, ano 12, n. 54, 2018, n.p.

LORENZ, Chris. Blurred lines: history, memory and experience of time. *International Journal of History, Culture and Modernity*. v. 2, n. 1, p. 43-63, 2014.

LOURENÇO, Emília Uema. *O fenômeno da gourmetização*. 2016. Dissertação (Projeto Experimental em Publicidade e Propaganda) – Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

MACHADO, Maria Clara Tomaz. *Cultura Popular e desenvolvimento em Minas Gerais: caminhos cruzados de um mesmo tempo (1950-1985)*. 1998. Tese (Doutorado em História) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998.

MACHADO, Maria Clara Tomaz. *Cultura Popular: um contínuo refazer de práticas e representações*. In: PATRIOTA, Rosângela; RAMOS, Adalberto Freire (org.). *História e Cultura: espaços plurais*. Uberlândia: Aspectus/Nehac, 2002.

MAGALHÃES, Sônia Maria de. *Cachaça e escravidão no sul da Bahia: Ilhéus, 1870-1878*. [s.l.] [s.n.], 2018.

MAGALHÃES, Sônia Maria de. *A mesa de Mariana: produção e consumo de alimentos em Minas Gerais (1750-1850)*. 2. ed. Goiânia: Cegraf, 2018. v. 1.

MALTA, H. L. *Estudos de parâmetros de propagação de fermento (Saccharomyces cerevisiae) para produção de cachaça de alambique*. 2006. Dissertação (Mestrado em Farmácia) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, 2006.

MARRA, Brener Magnabosco. *Avaliação de parâmetros operacionais e remoção de congêneres secundários tóxicos para melhoria da qualidade da cachaça de alambique*. 2008. Tese (Doutorado em Agronomia) – Universidade de Brasília, Brasília, 2008.

MELHORAMENTOS. *Novo Dicionário Brasileiro Melhoramentos Ilustrado*. Rio de Janeiro: Bloch, 1976.

MELLO E SOUZA, Laura de. Aspectos da Historiografia da Cultura sobre o Brasil Colonial. In: FREITAS, M. C. de (org.). *Historiografia brasileira em perspectiva*. São Paulo: Contexto, 2003.

MENDES, Flávio. *Cachaça Carvalheira: um role pela fábrica da Carvalheira*. *Viaje Leve*. Postado em: 1 fev. 2016. Disponível em: <https://www.viajeleve.net/cachaca-carvalheira-um-role-pela-fabrica-da-carvalheira>. Acesso em: 22 fev. 2019.

MIDDAS. *Visita ao alambique*. *Middas – Golden Touch*. Postado em: 16 set. 2015. Disponível em: <http://www.middascachaca.com.br/news/news/visita-ao-alambique.html>. Acesso em: 02 jun. 2019.

MINAS GERAIS. Lei n.º 13.949, de 11 de julho de 2001. Dispõe sobre estabelecer o padrão de identidade e as características do processo de elaboração da “Cachaça de Minas” e dá outras providências. *Minas Gerais Diário do Executivo*, Belo Horizonte, 12 jul. 2001, p. 3, col. 1.

MINAS GERAIS. Decreto 42.644 de 5 de junho de 2002 Regulamenta a Lei n.º 13.949, de 11 de julho de 2001, que estabelece o padrão de identidade e as características do processo de elaboração da Cachaça de Alambique e dá outras providências. *Minas Gerais Diário do Executivo*, Belo Horizonte, 06 jun. 2002, p. 10, col. 1.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. *O Setor Produtivo da Cachaça*. Postado em: jan. 2009. Disponível em: [www.agricultura.gov.br](http://www.agricultura.gov.br)

MOON, Peter. A busca de uma denominação de origem da cachaça. *Agência Fapesp* [online]. Postado em: 28 de janeiro de 2016. Disponível em: <http://agencia.fapesp.br/a-busca-de-uma-denominacao-de-origem-da-cachaca/22606/>. Acesso em: 30 abr. 2019.

MONTELEONE, Joana de Moraes. *Sabores urbanos: alimentação, sociabilidade e consumo (São Paulo, 1828-1910)*. 2008. *Dissertação (Mestrado em História) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008*.

MONTENEGRO, G. A. O uso de psicotrópicos na América pré-colombiana a partir de uma perspectiva religiosa. *Ameríndia*, v. 2, n. 2, 2006.

MUDROVIC, Maria. Ines. Cuando la historia se encuentra con el presente o lo que queda del “pasado histórico”. In: MUDROVIC, M. I. e RABOTNIKOF, N. (coord.). *En busca del pasado perdido: temporalidad, historia y memoria*. Mexico: Siglo XXI Editores, UNAM, 2013.

MUSEU DA CACHAÇA, RJ. Site oficial do Museu da Cachaça do Rio de Janeiro. Paty do Alferes, RJ. Atualizado em 26 ago. 2016. Disponível em: <http://www.museusdoriorio.com.br>. Acesso em: 15 jan. 2019.

NARDY, Flávio Correia et al. A cana de açúcar no Brasil sob um olhar químico e histórico: uma abordagem interdisciplinar. *Química Nova na Escola*. v. 35, n. 1, p. 3-10, fev. 2013. Disponível em: [http://qnesc.sbq.org.br/online/qnesc35\\_1/02-PIBID-38-12.pdf](http://qnesc.sbq.org.br/online/qnesc35_1/02-PIBID-38-12.pdf). Acesso em: 15 jan. 2019.

NERI, Marcelo Cortes. *A nova classe média: o lado brilhante dos pobres*. Rio de Janeiro, FVG\IBRE, 2010.

NEVES, Delma Pessanha. O Consumo de Bebidas Alcoólicas: Prescrições sociais. *BIB* [Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais]. São Paulo, n. 55, p. 73-97, 1º sem. 2003.

OLIVEIRA, Alexandre Utsch. *Usos e abusos da cachaça na capitania de Minas Gerais nos setecentos*. 2005. *Dissertação (Mestrado em História) – Universidade de Brasília, Brasília, 2005*.

ONU. GENERAL COMMENT No. 17 (2005). The right of everyone to benefit from the protection of the moral and material interests resulting from any scientific, literary or artistic production of which he or she is the author. [O direito de todos se beneficiarem da proteção do patrimônio cultural]. Genebra, 12 jan. 2006. [Tradução nossa]

ONU. GENERAL COMMENT NO. 21 (2009). Right of everyone to take part in cultural life (art. 15, para. 1 (a), of the International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights). [O direito de todos de fazerem parte da vida cultural]. Genebra, 21 dec. 2009. [Tradução nossa].

PAIVA, Clotilde. Engenheiros e casas de negócio na Minas oitocentista. In: SEMINÁRIO DE ECONOMIA MINEIRA, 6., 1992, Belo Horizonte. *Anais* [...]. Belo Horizonte: Cedeplar, 1992, n.p.

PALMIERI Jr. Valter. *A gourmetização em uma sociedade desigual: um estudo sobre a diferenciação no consumo de alimentos industrializados no Brasil*. 2017. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Econômico) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2017.

PARKER, Martin. Manufacturing bodies: flesh, organization, cyborgs. In: HASSARD, J.; HOLLIDAY, R.; WILLMOTT, H. (ed.). *Body and organization*. London: Sage Publications, 2000.

PARKER, Martin. *Shut down the business schools- What's Wrong with Management Education*. London: Pluto Press, 2018

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *História e história cultural*. 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

PESSOA, Vera Lúcia Salazar. *Ação do Estado e as transformações agrárias no cerrado das Zonas de Paracatu e Alto Paranaíba – MG*. 1988. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 1988.

PIRES, Maria Do Carmo; MAGALHÃES, Sônia Maria de (org.). *A cozinha brasileira e o patrimônio cultural: história, hospitalidade e turismo*. Curitiba: Prismas, 2018. v.1.

PORTER, Michael E. *Competitive strategy: techniques for analysing industries and competitors*. New York: Free Press, 1980.

PRODUTORES de cachaça investem na sofisticação para elevar padrão gourmet. *Estado de Minas*, Belo Horizonte, 28 de fevereiro de 2013. [Online]. Disponível em: <https://www.uai.com.br/app/noticia/gastronomia/2013/02/28/noticias-gastronomia,140726/produtores-de-cachaca-investem-na-sofisticacao-para-elevar-padrao-gour.shtml>. Acesso em: 24 maio 2019.

QUADROS, Waldir. *Paralisa econômica, retrocesso social e eleições*. [Texto para discussão n. 249]. Campinas: Instituto de economia da UNICAMP, 2015.

RAIO GOURMETIZADOR. *Raio Gourmetizador de Caipireja*. [S.l.], 25 abr. 2015. Facebook: Raio Gourmetizador @raiogourmetizador. Disponível em: <https://www.facebook.com/raiogourmetizador?fref=ts>. Acesso: em 24 maio 2019.

REIS, Liana Maria. Mineiridade: identidade regional e ideologia. *Cadernos de História*, Belo Horizonte, v. 9, n. 11, p. 89-97, 1 sem. 2007.

RIBEIRO, José Carlos Gomes Machado. *Fabricação artesanal da cachaça mineira*. 2ed. Campinas: Perform, 2002.

ROSA, L. A. C. Performance musical, de raça, gênero, geração e sexualidade no culto da Jurema sagrada. *Fazendo Gênero - Corpo, Violência e Poder*, n. 8, agosto 2008.

SAINT-HILAIRE, Auguste de. *Viagem às nascentes do rio S. Francisco e pela província de Goyaz* [1871]. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1937. Disponível em: [file:///C:/Users/User/Downloads/viagem\\_nascentes\\_saint-hilaire\\_volume1.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/viagem_nascentes_saint-hilaire_volume1.pdf). Acesso em: 30 mar. 2019.

SAES, Maria Sylvia Macchione; KOLYA, Fernando De Cesare (Coord.). *Planejamento Estratégico para a Cadeia Produtiva da Cachaça* [Relatório final]. São Paulo: Center for Organization Studies, 2014.

SAMPAIO, Moisés de Oliveira. *O coronel negro: coronelismo e poder no norte da Chapada Diamantina*. Dissertação (Mestrado em História Regional e Local) – Universidade do Estado da Bahia, Santo Antônio de Jesus, 2009.

SANTOS, Dominique Vieira Coelho dos. *Acerca do conceito de Representação*. *Revista de Teoria da História*. Goiânia, Ano 3, n. 6, p. 27-53, dez./2011.

SANTOS, B. Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, v. 63, p. 237-280, 2002.

SANTIAGO, Roberto Carlos Morais. *Cachaça havana: 75 anos de história*. *Blog Cachaças de Salinas*. Postado em: 25 jun. 2018. Disponível em: <https://cachacasdesalinas.com/2018/06/27/cachaca-havana-74-anos-de-historia>. Acesso em: 14 jan. 2019.

SANTIAGO, Roberto Carlos Morais. *Cachaça Havana, patrimônio cultural imaterial de Salinas*. *Blog História da Salinas*. Postado em: 21 jul. 2010. Disponível em: <https://historiadesalinas.wordpress.com/2010/07/21/cachaca-havana-patrimonio-cultural-imaterial-de-salinas/>Acesso em: 28 abr. 2019.

SBEQ. Sociedade Brasileira de Estudos Organizacionais. *História*. 2019, n.p. Disponível em: <http://www.sbeo.org.br/web/index.php/sobre-a-sbeo/quem-somos-sbeo-2>. Acesso em: 20 abr. 2019.

SEBRAE/MG. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Diagnóstico da Cachaça de Minas Gerais*. Belo Horizonte, 2001.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Cachaça artesanal. Estudos de mercado SEBRAI/ESPM, 2008*. Relatório Completo. Brasília, 2008.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Cachaça: um negócio brasileiro*. 2. ed. São Paulo: Ramos, 2010.

SEBRAE. *Cachaça artesanal. Estudos de mercado SEBRAI/ESPM, 2012*. Relatório Completo. Brasília, 2012.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Indicações geográficas brasileiras: cachaça = Brazilian geographical indications: cachaça = Indicaciones geográficas brasileñas: cachaza*. Brasília: Sebrae, INPI, 2016.

SENNET, Richard. *O artífice*. Rio de Janeiro: Record, 2009.

SHIVA, Vandana. *Biopirataria - a pilhagem da natureza e do conhecimento*. Petrópolis: Vozes, 2001.

SILVA, Floriana Rosa da. *Na embriaguês da cachaça: produção, imaginário e marketing* (Minas Gerais - 1982-2008). 2009. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2009.

SILVA, Floriana Rosa da. *A cachaça nos rituais afro-brasileiros: cantos, crenças e curas*. 2018. Tese (Doutorado em História) –Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2018.

SILVA, Leonardo Henrique de Almeida e; LIMA, Ivis Bento. Cachaça de Minas e desenvolvimento rural: uma análise do cooperativismo como impulso para o agronegócio. *Revista Vertentes*, São João del Rei, v.1, n.1, p. 99-114, 2006.

SILVA, Ricardo Oliveira. Cana de mel, sabor de fel – Capitania de Pernambuco: uma intervenção pedagógica com caráter multi e interdisciplinar. *Química Nova na Escola*, v. 32, n. 2, p. 90-94, 2010.

SITE da cachaça. *Rótulos de cachaça com nomes excêntricos, engraçados e até despudorados*, [S.l.], 2015. Disponível em: <http://www.sitedacachaca.com.br/rotulos-de-cachaca-com-nomes-excentricos-engracados-e-ate-despudorados>. Acesso em: 05 fev. 2019.

SITE da cachaça. *AMPAQ – Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade*. Postado em: 16 jul. 2015. Disponível em: <http://www.sitedacachaca.com.br/ampaq-associacao-mineira-dos-produtores-de-cachaca-de-qualidade/> Acesso em: 09 jul. 2019.

SCHWARTZ, Stuart B. *Segredos internos: engenhos e escravos na sociedade colonial*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

SKIDMORE, T. *Preto no Branco: raça e nacionalidade no pensamento brasileiro*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

SLATER, D. *Cultura do consumo & modernidade*. Trad. D. de A. Azevedo. São Paulo: Nobel, 2002.

SOARES, Viviane. Os 10 whiskys mais caros do mundo. *Ekonomista*. [online]. Cidade do Porto, Portugal. Postado em: 06 nov. 2016. Disponível em: <https://www.e-konomista.pt/artigo/whiskys-mais-caros-do-mundo/>. Acesso em: 16 jun. 2019.

SOUTO MAIOR, Mário. *Alimentação e folclore*. Rio de Janeiro: Funarte / Instituto Nacional do Folclore, 1998.

SOUTO MAIOR, Mário. *Cachaça*. Coleção Canavieira, nº 3. Rio de Janeiro: Instituto do Açúcar e do Alcool, 1970.

SOUZA, R. L (a). O uso de drogas e tabaco em ritos religiosos e na sociedade brasileira: uma análise comparativa. *Saeculum - Revista de História*, vol. 11, ago/ dez 2004.

SOUZA, R. L (b). Cachaça, vinho, cerveja: da Colônia ao século XX. *Estudos Históricos*, nº 33, 2004.

SPODE, Hasso. What Does Alcohol History Mean and to What End Do We Study It? A Plea for SpeciRalism. *Social History of Alcohol and Drugs*, n. 18, 2005.

TAMANO, Luana Tieko Omena. O Movimento Sanitarista no Brasil: a visão da doença como mal nacional e a saúde como redentora. *Khronos, Revista de História da Ciência*, São Paulo, n. 4, p. 102 -115, ago.2017.

TAUNAY, Affonso D'Escragnolle. Antonil e sua obra – estudo bibliográfico por Affonso D'Escragnolle Taunay [São Paulo, 15 de junho de 1922]. In: ANTONIL, A. J. *Cultura e opulência do Brasil por suas drogas e minas*. São Paulo: Itatiaia, 1982.

TEIXEIRA, Rafael Farias; CECHINEL, Camila. Empresário brasileiro lança cachaça com ouro comestível. *Pequenas Empresas, Grandes Negócios*. [S.l.], 15 de julho de 2014. [Online]. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Noticias/noticia/2014/07/empresario-brasileiro-lanca-cachaca-com-ouro-comestivel.html> Acesso em: 04 jun. 2019.

THIOLLENT, Michel. Estudos organizacionais: possível quadro referencial e interfaces. *Revista Brasileira de Estudos Organizacionais*, v. 1. n. 1, p. 17-29, jun. 2014.

TRILLING, Lionel. *Sincerity and authenticity*. Cambridge: Harvard University Press, 1972.

TURISMO em Monte Alegre do Sul. Alambiques. In: *Serviços e Atrativos*, 2017. Disponível em: <https://www.montealegredosul.tur.br/gastronomia/5/alambiques>. Acesso em: 23 fev. 2019.

TURMA da Mônica Wikis. *Chico Bento*. Disponível em: [https://monica.fandom.com/pt-br/wiki/Chico\\_Bento#cite\\_ref-0](https://monica.fandom.com/pt-br/wiki/Chico_Bento#cite_ref-0). Acesso em: 30 mar. 2019.

UNESCO. *Patrimônio Cultural no Brasil*. [s.d.]. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/culture/world-heritage/cultural-heritage/>. Acesso em: 13 fev. 2019.

VAINFAS, Ronaldo. *Dicionário do Brasil Colonial (1500-1808)*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

VARELLA, A. C. Cultura do Uso de Psicoativos nas Grandes Civilizações Pré-Colombianas: aproximações e perspectivas. *Núcleo de Estudos Interdisciplinares sobre Psicoativos*. Disponível em [www.neip.info](http://www.neip.info) em dezembro de 2008.

VARELLA, Guilherme. *Plano Nacional de Cultura - direitos e políticas culturais no Brasil*. São Paulo: Azougue, 2014.

VARGAS, H. C. *Espaço terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio*. São Paulo: SENAC São Paulo, 2001. 335 p.

VENÂNCIO, Renato Pinto; CARNEIRO, Henrique. *Álcool e drogas na história do Brasil*. São Paulo: Alameda; Belo Horizonte: Editora PUCMinas, 2005.

VÄYRYNEN, Raimo. Regionalism: old and new. *International Studies Review*. v. 5, n. 1, mar. 2003, p. 25-51.

WYCHERLEY, Aoife; MCCARTHY, Mary; COWAN, Cathal. Speciality food orientation of food related lifestyle segments in Great Britain. *Food Quality and Preference*, v.19, n.5, p.498-510, jul.2008. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0950329308000359>. Acesso em: 03 jul. 2019.

WYCHERLEY, Aoife; MCCARTHY, Mary; COWAN, Cathal. *Speciality food orientation of food related lifestyle segments in Great Britain*. [Final Report]. Dublin: Eagasc/NDP, 2008. Disponível em: <https://core.ac.uk/reader/10622867>. Acesso em: 01 jul. 2019

WARBURG, Aby. *El renacimiento del paganismo: aportaciones a la historia cultural del Renacimiento europeo*. Madrid: Alianza, 2005.

WEICK, Karl E. *The social psychology of organizing*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1979.

WITIKOSKI, Alan Ricardo et al. As representações das trabalhadoras rurais nos rótulos litográficos de cachaça do Paraná (anos 1930–1950). In: SIMPÓSIO NACIONAL DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E SOCIEDADE, 6, 2015, Rio de Janeiro. *Anais [...]* Rio de Janeiro, Esocit.BR/Tecsoc, 2015, n.p. Disponível em:

[http://www.rio2015.esocite.org/resources/anais/5/1440702200\\_ARQUIVO\\_Asrepresentacoes\\_dastrabalhadorasrurais-versaofinal.pdf](http://www.rio2015.esocite.org/resources/anais/5/1440702200_ARQUIVO_Asrepresentacoes_dastrabalhadorasrurais-versaofinal.pdf). Acesso em: 30 abr. 2019.

ZEMELLA, Mafalda. *O abastecimento da capitania das Minas Gerais no século XVIII*. Boletim n. 118, FFCL da Universidade de São Paulo, 1951.

ZENKER, Sebastian; BRAUN, Erik. Questionando uma marca de cidade “one size fits all”: Desenvolvendo uma estratégia de marca para gerenciamento de marca de local. *Journal of Place Management e Desenvolvimento*. 10 (3), 270-287, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/JPMD-04-2016-0018> Acesso em: 14 fev. 2019.



**Anexo 1. Decreto n. 42644. Versão Original, com a expressão *cacheça de alambique*.**

Decreto 42.644 de 5 de junho de 2002

Regulamenta a Lei n° 13.949, de 11 de julho de 2001, que estabelece o padrão de identidade e as características do processo de elaboração da Cachaça de Alambique e dá outras providências.

O Governador do Estado de Minas Gerais, no uso de atribuição que lhe confere o artigo 90, inciso VII, da Constituição do Estado, tendo em vista o disposto no artigo 13 da Lei n° 13.949, de 11 de julho de 2001,

DECRETA:

CAPÍTULO I  
Disposições Gerais

SEÇÃO I  
Dos Princípios

Art. 1° - Este Decreto estabelece as normas gerais de registro, padronização, classificação, delimitação e denominação de origem, de inspeção e fiscalização da produção e do comércio da Cachaça de Alambique.

Art. 2° - Somente poderá ostentar na embalagem a expressão Cachaça de Alambique o produto obtido segundo o processo de elaboração previsto neste Decreto.

SEÇÃO II  
Das Definições

Art. 3° - Para fins deste Decreto, considera-se:

I - Cachaça de Alambique: a bebida fermento-destilada com graduação alcoólica de 38% a 48% v/v (volume por volume), à temperatura de 20°C (vinte graus Celsius), produzida no Estado, e fabricada em safras anuais, a partir de matéria-prima básica ou transformada; processada de acordo com as características históricas e culturais de cada uma das regiões de Minas; e elaborada e engarrafada na origem, obedecendo o disposto neste Decreto e na legislação federal pertinente;

II - matéria-prima básica: a cana-de-açúcar, ou simplesmente cana, colhida sem queima, de variedade tradicionalmente cultivada na região ou recomendada por instituição oficial de pesquisa ou de assistência técnica;

III - matéria-prima transformada: o produto obtido da reconstituição da rapadura ou do melado de cana, produzido a partir da matéria-prima básica;

IV - safra: o ano da colheita da cana-de-açúcar;

V - lote ou partida: a quantidade um produto em um ciclo de fabricação, identificado por número, letra ou combinação dos dois, cuja característica principal é a homogeneidade;

VI - prazo de validade: o tempo em que o produto mantém suas

propriedades, quando conservado na embalagem original e sem avarias, em condições adequadas de armazenagem e utilização;

VII - produto de origem controlada: a cachaça típica de uma região, sempre de grande notoriedade, que implica uma íntima ligação entre o produto, as tradições, o sítio e o talento do homem;

VIII - certificação de origem: o ato administrativo de garantir que a cachaça atende as condições estabelecidas para os produtos de origem controlada.

## CAPÍTULO II

### Da Organização

#### E dos Procedimentos de Controle da Produção, Comércio e Exportação

### SEÇÃO I

#### Dos Órgãos deliberação e Controle

Art. 4º - Compete à Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento, por intermédio do Conselho Diretor do Programa Mineiro de Incentivo à Produção de Aguardentes - Pró-Cachaça:

I - aprovar as normas gerais de registro, padronização, classificação e, ainda, de inspeção e fiscalização da produção e do comércio da Cachaça de Alambique nos termos das legislações federal e estadual pertinentes;

II - aprovar as normas e os procedimentos demarcação de regiões produtoras e de certificação de origem;

III - aprovar as especificações técnicas de processo de produção e o padrão de identidade e qualidade da Cachaça de Alambique;

IV - deliberar, em grau de recurso, sobre penalidade aplicada pelo órgão fiscalizador;

V - executar outras atividades afins.

Art. 5º - O cadastro, a padronização, a classificação, a inspeção e a fiscalização da produção e do comércio da Cachaça Alambique, em relação aos seus aspectos conceituais e tecnológicos, são de competência do Instituto Mineiro de Agropecuária - IMA.

Parágrafo único - Para efeito deste Decreto, os termos Instituto Mineiro de Agropecuária - IMA e Órgão Fiscalizador se equivalem.

Art. 6º - Compete ao Órgão Fiscalizador:

I - executar as atividades de registro, padronização, classificação e, ainda, de inspeção e fiscalização da produção e do comércio da Cachaça de Alambique, sob os aspectos conceituais, higiênico-sanitário e tecnológico;

II - executar a inspeção industrial, sanitária e tecnológica da Cachaça de Alambique;

III - conceder, cancelar e renovar, a pedido do interessado, nos termos das normas aprovadas pelo Conselho Diretor do Pró-Cachaça, o registro de estabelecimento produtor ou fabricante, standardizador ou padronizador, envasador ou engarrafador e exportador da Cachaça de Alambique;

IV - propor padrões de identidade e qualidade para a Cachaça

de Alambique;

V - analisar memoriais descritivos das técnicas de elaboração da Cachaça de Alambique e de rótulos utilizados na embalagem para fins de registro;

VI - administrar e manter dados cadastrais relativos à produção e exportação da Cachaça de Alambique;

VII - instruir e encaminhar ao Conselho Diretor do Pró-Cachaça os processos que tratam de assuntos atinentes à lei sobre a Cachaça de Alambique, bem como dos respectivos estabelecimentos industriais e fracionadores;

VIII - promover a coleta de amostras de produtos e ingredientes para análise laboratorial, visando ao controle do padrão de identidade e qualidade da Cachaça de Alambique;

IX - executar outras atividades afins.

## SEÇÃO II

### Das Regiões Demarcadas e da Certificação de Origem

Art. 7º - Os produtores e standardizadores que adotarem o processo de elaboração da Cachaça de Alambique previsto neste Decreto receberão o Certificado de Controle de Origem emitido pelo Órgão Fiscalizador, de acordo com as características culturais e geográficas de cada uma das regiões produtoras do Estado.

§ 1º - O certificado de que trata o caput deste artigo não será concedido ao produto que apresentar irregularidade de natureza fiscal, ambiental ou sanitária relativa ao processo de elaboração da Cachaça de Alambique.

§ 2º - Compete ao Conselho Diretor do Pró-Cachaça, com base em processo informado pelo Órgão Fiscalizador, a qualquer tempo, cancelar a concessão do Certificado de Controle de Origem do produto que deixar de apresentar as características da Cachaça de Alambique prevista neste Decreto.

Art. 8º - A Cachaça de Alambique produzida em região demarcada conterà em seu rótulo a indicação de sua origem.

Art. 9º - Por região demarcada entende-se uma região geográfica que traduz um destilado alcoólico com características naturais, culturais e qualitativas particulares, cujo nome é utilizado na menção ao produto dela proveniente.

Art. 10 - A utilização de qualquer indicação de origem ou proveniência depende do preenchimento dos requisitos estabelecidos neste Decreto.

Art. 11 - Constitui área referencial para o zoneamento da produção da Cachaça de Alambique a microrregião homogênea definida pelo órgão federal de geografia e estatística, conforme anexo II.

Art. 12 - Uma microrregião pode ser desmembrada em duas ou mais origens, e duas ou mais microrregiões podem se agrupar numa mesma denominação de origem se observado o seguinte:

I - O desmembramento de uma microrregião deve ser aprovado por, no mínimo, 80% (oitenta por cento) dos estabelecimentos produtores de cachaça nela localizados, legalmente registrados no

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento;

II - A união de mais de uma microrregião para constituir uma única origem deve ser aprovada pela maioria dos estabelecimentos produtores de cada uma das microrregiões legalmente registrados no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

Art. 13 - Os procedimentos desmembramento ou união de microrregiões para constituir uma região de origem serão regulamentados pelo Conselho Diretor do Pró-Cachaça.

Art. 14 - As expressões Cachaça de Alambique e Certificação de Controle de Origem somente poderão ser utilizadas na marca certificada, e em todas as unidades de venda do produto aprovado.

Art. 15 - O Certificado de Controle de Origem e o cadastro de estabelecimento da Cachaça de Alambique não podem ser cedidos a terceiros, salvo continuação de uso por sucessão, reconhecida pelo órgão fiscalizador.

Art. 16 - Suspensa ou cancelada a certificação de origem e o registro de estabelecimento ou da bebida, o estabelecimento está obrigado a cessar, imediatamente, toda e qualquer publicidade que tenha relação com os mesmos, retirando do mercado o produto com tais indicações no prazo de 30 (trinta) dias.

Art. 17 - A utilização da certificação de origem e do registro de estabelecimento será cancelada, independente de penalidade, em caso denúncia comprovada.

Art. 18 - Qualquer mudança no sistema de fabricação da Cachaça de Alambique e na origem do estabelecimento, que afetem as características da bebida e a indicação de proveniência, devem ser previamente aprovadas pelo órgão fiscalizador.

### SEÇÃO III

#### Dos Registros de Estabelecimento e de Bebida

Art. 19 - Os estabelecimentos previstos neste Decreto deverão ser obrigatoriamente cadastrados no Instituto Mineiro de Agropecuária.

Parágrafo único - O registro será válido em todo o território mineiro e deverá ser renovado a cada 10 (dez) anos.

Art. 20 - A bebida definida neste Decreto deverá ser obrigatoriamente cadastrada no Instituto Mineiro de Agropecuária.

Parágrafo único - o cadastro da Cachaça de Alambique será válido em todo o território mineiro, observados os seguintes prazos de renovação:

1. registro inicial: validade 3 (três) anos;
2. renovações seguintes: validade 5 (cinco) anos.

Art. 21 - O registro de estabelecimento e bebida é válido para a região demarcada.

Parágrafo único: No caso de transferência de sede ou de

unidade produção, o registro anterior é cancelado, obrigando-se o interessado a solicitar novo registro de estabelecimento e de bebida.

Art. 22 - Os requisitos, critérios e os procedimentos para o registro de estabelecimento e de bebida serão disciplinados em ato administrativo complementar que definirá a documentação necessária, local e forma de apresentação, prazos e meios para o cumprimento das diligências.

#### SEÇÃO IV

##### Da Classificação dos Estabelecimentos

Art. 23 - A classificação geral dos estabelecimentos, de acordo com sua atividade, é a seguinte:

I - produtor ou fabricante: é o estabelecimento rural que transforma a garapa da cana, em sua forma original ou reconstituída da rapadura ou do melado de cana, na Cachaça de Alambique;

II - standardizador ou padronizador: é o estabelecimento que elabora um tipo de bebida padrão usando destilados elaborados por estabelecimento produtor ou fabricante da mesma região demarcada;

III - envasador ou engarrafador: é o estabelecimento que se destina ao envasamento da Cachaça de Alambique em recipientes destinados ao consumo, podendo efetuar as práticas tecnológicas previstas em ato administrativo complementar;

IV - atacadista ou Distribuidor: é o estabelecimento que se destina a vender a grosso ou a entregar a estabelecimento varejista, por ordem do estabelecimento produtor ou manipulador, a Cachaça de Alambique;

V - exportador: é o estabelecimento que se destina a exportar a Cachaça de Alambique.

#### SEÇÃO V

##### Do Controle de Matérias-Primas e Bebidas

Art. 24 - Os estabelecimentos fabricantes, standardizadores, envasadores e exportadores de Cachaça de Alambique estão obrigados a informar semestralmente ao Órgão Fiscalizador as quantidades de produção e de compra de cachaças, de saída e o estoque final do semestre, por região de origem.

Parágrafo único - Para o caso da compra de cachaças é obrigatória a identificação do estabelecimento de origem.

Art. 25 - Os critérios e normas para o controle de envelhecimento da Cachaça de Alambique serão estabelecidos em ato administrativo complementar, que conterão prazos mínimos, capacidade, tipo e forma do recipiente, e local de envelhecimento, observado o disposto da Seção VII, do capítulo IV, deste Decreto e a legislação federal, no que for aplicável.

Art. 26 - É proibido produzir, preparar, beneficiar, acondicionar, transportar, ter em depósito ou comercializar a Cachaça de Minas em desacordo com as disposições deste Decreto.

Art. 27 - O material, os equipamentos e os veículos empregados na produção, preparação, manipulação, beneficiamento, acondicionamento e transporte da Cachaça de Alambique deverão observar as exigências sanitárias e de higiene e atender os requisitos técnicos destinados a impedir a alteração da bebida.

Art. 28 - No acondicionamento e fechamento da bebida, somente poderão ser usados materiais que atendam aos requisitos sanitários e de higiene, e que não alterem os caracteres organolépticos, nem transmitam substâncias nocivas ao produto.

Parágrafo único - O vasilhame utilizado no acondicionamento detergentes e outros produtos químicos não poderá ser empregado no envasamento da Cachaça de Alambique.

#### SEÇÃO VI

##### Do Controle de Estabelecimentos

Art. 29 - Os estabelecimentos produtores de Cachaça de Alambique, de acordo com suas atividades, deverão observar o disposto nos artigos 36 a 39 do Decreto Federal nº 2.314, de 4 de setembro de 1997, e ainda:

I - localizar-se distante de fontes de mau cheiro e de contaminação;

II - ser construído de alvenaria ou outro material aprovado, com área compatível com o volume máximo da produção;

III - possuir ambiente interno fechado, dotado de instalações que possibilitem a manutenção das condições higiênico-sanitárias adequadas;

IV - possuir paredes lisas, de cor clara, impermeáveis e de fácil higienização, perfeita aeração e luminosidade;

V - possuir forro e sistema de vedação contra insetos e outras fontes de contaminação;

VI - possuir piso impermeável de fácil escoamento das águas residuais e mantido sempre limpo e higienizado;

VII - possuir área física adequada que permita a correta instalação dos equipamentos e a manipulação higiênico-sanitária de matérias primas e produtos acabados;

VIII - dispor de água potável encanada, em quantidade compatível com a demanda da atividade, cuja fonte, canalização e reservatório devem ser protegidos de contaminação;

IX - possuir sistema de provimento de água quente e/ou produto adequado para higienizar o estabelecimento, instalações, equipamentos, utensílios e recipientes;

X - dispor de sistema de escoamento de água servida e resíduos gerados pela elaboração de produtos interligado a eficientes processos descarte e proteção ambiental;

XI - dispor de instalação sanitária com lavatório e produtos de higiene pessoal (sabonete, papel higiênico, toalha de papel, etc.) proporcional à demanda estabelecida;

XII - dispor de fonte de energia compatível com a demanda da atividade.

Art. 30 - É proibida a presença de animais nos locais de recebimento e depósito de matéria-prima, elaboração, acondicionamento, armazenamento e expedição de Cachaça de Alambique.

CAPÍTULO III  
Dos Requisitos e Controle de Qualidade

Art.31 - A Cachaça de Alambique observará os padrões de identidade e qualidade estabelecidos neste Decreto, complementados por atos administrativos do Conselho Diretor do Pró-Cachaça.

Art.32 - Para efeito deste Decreto, a graduação alcoólica da Cachaça de Alambique será expressa em percentagem de volume de álcool etílico, à temperatura de 20(vinte) graus Celsius.

Art.33 - São características da Cachaça de Alambique:

- I - não conter substâncias modificativas de cor, sabor, teor alcoólico, aroma, natureza e qualidade;
- II - não conter açúcares em quantidade superior a 6g(seis gramas) por litro;
- III - utilizar agentes fermentativos naturais e não induzir ou acelerar o processo fermentativo mediante o uso de produto químico de origem mineral;
- IV - apresentar normalidade dos caracteres organolépticos e requisitos de qualidade e quantidade dos componentes próprios de sua natureza;
- V - não conter substâncias nocivas à saúde e elementos estranhos, indícios de alterações e microrganismos patogênicos;
- VI - não ter seus componentes total ou parcialmente alterados por procedimentos que descaracterizem o conceito e o método tradicional de produção;
- VII - obedecer aos padrões de composição física e química estabelecidos no Anexo I.

Parágrafo único: Será considerada imprópria para a fabricação e a comercialização, com as chancelas oficiais de Cachaça de Alambique e Certificação de Controle de Origem, a bebida que não atender ao disposto neste artigo.

Art. 34 - A água destinada à produção da Cachaça de Alambique e utilizada na higienização das instalações e dos equipamentos deverá ser limpa, inodora, incolor, não conter germes patogênicos e observar o padrão de potabilidade.

Art. 35 - Independentemente do controle e da fiscalização do Poder Público, todos os estabelecimentos previstos neste Decreto deverão estar aptos a verificar a qualidade da matéria-prima, ingredientes ou substâncias, bem como das operações de fabricação e a estabilidade do produto elaborado ou manipulado.

§ 1º - É facultado aos estabelecimentos previstos neste Decreto realizarem seus controles através de laboratórios próprios ou contratados para este fim, sem prejuízo da responsabilidade da empresa pela qualidade do produto.

§ 2º - O controle de qualidade poderá ser realizado com a utilização do sistema de identificação de perigos para a segurança da saúde, perda de qualidade e para a integridade econômica do produto, pela implantação do Programa de Análise de Perigos e

Pontos Críticos de Controle.

§ 3º - Todos os estabelecimentos produtores de cachaça de deverão ter, obrigatoriamente, um responsável técnico, devidamente habilitado e registrado em um dos seguintes Conselhos:

1. CREA - Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia de Minas Gerais;
2. CRQ - Conselho Regional de Química 2ª Região;
3. CRF - Conselho Regional de Farmácia do Estado de Minas Gerais.

§ 4º - As categorias profissionais a serem habilitadas serão definidas entre os Conselhos e o Pró-Cachaça.

Art. 36 - Nas análises laboratoriais previstas neste Decreto aplicam-se os métodos oficiais e as tolerâncias analíticas estabelecidos ou outros, desde que reconhecidos pelo Órgão Fiscalizador.

#### CAPÍTULO IV

##### Do Processo Produtivo e da Rotulagem

#### SEÇÃO I

##### Da Colheita da Cana-de-açúcar

Art. 37 - A cana-de-açúcar deve ser colhida sem queima, quando os colmos estejam maduros, e cortada rente ao nível do solo, a fim de evitar a eliminação da microbiota natural, infestações de pragas e moléstias cristogênicas nas cepas remanescentes e emissões de brotações aéreas.

Art. 38 - Após colhida, a cana deve ser despontada, ou seja ter cortados os colmos imaturos da parte superior, de forma a preservar a qualidade do suco e evitar a perda de rendimento de destilado.

#### SEÇÃO II

##### Da Moagem da Cana-de-açúcar

Art. 39 - A cana é moída, para a retirada do caldo que contém os elementos do destilado, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas após colhida.

Art. 40 - O equipamento de moagem, ou moenda, antes de ser colocado em operação, deve estar bem regulado para uma extração máxima e lavado ou esterilizado, com todas as suas partes e peças devidamente limpas.

Art. 41 - A garapa que sai da bica da moenda deve ser peneirada e decantada em peneira de tamanho que contenha bagacilhos e impurezas e decantador que detenha as impurezas e materiais contaminantes que escaparam da peneiração, como terra, areia e outros detritos.

#### SEÇÃO III

##### Da Preparação do Mosto

Art. 42 - O mosto, ou suco fermentável, deve apresentar um teor de açúcar entre 14 (quatorze) e 16 (dezesesseis) graus Brix.

Art. 43 - Para diluir o caldo até o limite definido no artigo anterior deve-se adicionar água limpa, inodora, incolor sem germes patogênicos e dentro dos padrões de potabilidade.

#### SEÇÃO IV Da Fermentação

Art. 44 - O processo de fermentação do mosto para a fabricação da Cachaça de Alambique é exclusivamente natural.

Parágrafo único - O fermento a ser utilizado na transformação biológica da garapa em vinho destilável será:

1. fabricado com caldo da cana-de-açúcar, acrescido de milho em forma de fubá, vedada a utilização de aditivo químico de qualquer natureza para acelerar ou reforçar a fermentação natural;

2. obtido a partir das cepas de microorganismos presentes nos próprios ingredientes descritos no inciso anterior e na região produtora, proibida a utilização de fermento industrializado prensado, conhecido por "fermento de padaria".

Art. 45 - Na preparação do pé-de-cuba, ou caldo de cana fermentado rico em leveduras, devem ser observados os seguintes parâmetros:

I - a temperatura ideal deve ser de 25 a 30°C;

II - a acidez do mosto deve estar com o pH entre 4 e 5;

III - o teor de sacarose da garapa deve ser inferior a 8(oito) graus Brix.

Art. 46 - O processo de fermentação pode ser conduzido por 3(três) diferentes sistemas:

I - convencional: consiste em colocar o inóculo(pé-de-cuba) e todo o meio a ser fermentado juntos na dorna de fermentação;

II - bateladas sucessivas: consiste do aproveitamento do fermento em várias fermentações subseqüentes;

III - descontínuo-alimentado: consiste na alimentação da dorna aos poucos, de modo a manter um teor de açúcar preestabelecido.

Art. 47 - A dorna de fermentação, ou recipiente no qual o mosto é colocado para fermentar, deve ser construída de material rígido, lavável e resistente à corrosão e que não transmita elemento que altere a cor, o aroma e o sabor do caldo.

#### SEÇÃO V Da Destilação

Art. 48 - Destilação é a operação que consiste em aquecer o vinho lenta e gradualmente, até atingir a ebulição, separando e selecionando, total ou parcialmente, substâncias de diferentes volatilidades.

Art. 49 - A destilação do mosto fermentado somente poderá ser realizada em alambiques de cobre, providos de serpentina também de cobre, de operação descontínua.

Art. 50 - No ciclo destilação são obtidos 3(três) produtos distintos denominados "cabeça", "coração" e "cauda" ou "água

fraca", assim definidos:

I - cabeça: é a fração inicial da destilação, rica em metanol e aldeídos, representando um percentual aproximado de 10%(dez por cento), que deve ser descartada;

II - coração: é a Cachaça de Alambique de Minas, propriamente dita, representa a fração da destilação que contém a menor quantidade de impurezas voláteis e a maior quantidade etanol, constituindo a melhor fração do destilado, e corresponde a cerca de 80%(oitenta por cento) do volume total;

III - cauda ou água fraca: é a fração final da destilação, contendo altos teores de água, álcoois superiores e outros componentes indesejáveis à qualidade do destilado e à saúde do consumidor, correspondendo aproximadamente a 10%(dez por cento) do destilado e deve ser descartada.

Art. 51 - O espírito alcoólico produzido deve conter de 38%(trinta e oito por cento) a 48%(quarenta e oito por cento) de álcool em volume.

Art. 52 - É obrigatória a filtragem do destilado para a retirada de impurezas e resíduos sólidos.

#### SEÇÃO VI

##### Do Armazenamento

Art. 53 - Armazenamento é o ato de reunir destilados colhidos em vários dias antes de ser destinado ao engarrafamento, como cachaça nova, ou ao envelhecimento em tonéis de madeira.

Art. 54 - A Cachaça de Alambique só pode ser armazenada em recipiente de madeira ou aço inoxidável, independentemente da capacidade.

#### SEÇÃO VII

##### Do Envelhecimento

Art. 55 - Para o envelhecimento, a Cachaça de Alambique será armazenada em barris ou tonéis de madeira de 100(cem) a 700(setecentos) litros de capacidade líquida.

Art. 56 - É vedado, na fabricação de tonéis e barris de envelhecimento da Cachaça de Alambique, o uso de madeira que possa exercer qualquer ação indesejável nas características da cachaça ou que venha ensejar a migração de compostos tóxicos para esta.

#### SEÇÃO VIII

##### Da Rotulagem

Art.57. Devem ser obedecidas as normas estabelecidas pelo Regulamento da Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, aprovado pelo Decreto nº 2.314, de 04 de setembro de 1997, bem como a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e os atos administrativos complementares.

Art. 58 - Somente poderá constar no rótulo o tempo de envelhecimento da aguardente de cana e cachaça envelhecidas que forem elaboradas com 100% de aguardente de cana e/ou cachaça envelhecidas, por um período mínimo de 3 (três) anos.

Art. 59 Poderá ser denominado "Reserva" ou "Reserva Especial" a cachaça e a aguardente de cana que possuírem características sensoriais, dentre outras, diferenciadas do padrão usual dos produtos elaborados pelo estabelecimento, devidamente controlado e certificadas pelo órgão fiscalizador competente.

Art. 60 Será obrigatório declarar no rótulo a expressão "Armazenada em recipientes de . (tipo(s) de madeira empregada(s)" para aguardentes de cana e cachaças coloridas que não obedecerem aos critérios definidos para o envelhecimento, sendo vedado o uso de corantes e extrato natural, lascas de madeira ou maravalhas para correção e/ou modificação da coloração original do produto.

Art. 61 - Rótulo será qualquer identificação afixada ou gravada sobre o recipiente da bebida, de forma unitária ou desmembrada, ou na respectiva parte plana da cápsula, ou outro material empregado na vedação do recipiente.

§ 1º - O lote partida poderá ser informado, de forma legível e visível, em qualquer parte externa do recipiente da bebida.

§ 2º - A marca comercial do produto também poderá constar na parte plana da cápsula de vedação, desde que nesta não contrarie dispositivos legais.

Art. 62 - O rótulo não poderá conter denominação, símbolo, figura, desenho ou qualquer indicação que induza a erro ou equívoco quanto à origem, natureza ou composição do produto, nem atribuir-lhe qualidade ou característica que não possua, bem como finalidade terapêutica ou medicamentosa.

## CAPÍTULO V Das Práticas de Higiene

### SEÇÃO I Da Higiene das Instalações e Equipamentos

Art. 63 - As condições de higiene nas quais são realizadas operações de recebimento e depósito de matéria-prima, elaboração, acondicionamento, armazenamento e expedição da Cachaça de Alambique constituem objeto de autocontrole do estabelecimento e são fundadas nos seguintes princípios:

I - identificação das etapas decisivas para o controle da higidez do produto colocado no mercado, em função do processo de fabricação utilizado no estabelecimento;

II - supervisão e controle das etapas decisivas segundo métodos apropriados;

III - análises regulares do produto colocado no mercado por laboratório oficial ou credenciado;

IV - registro e controle da elaboração, distribuição e conservação do produto com o objetivo determinar, a qualquer tempo, os agentes da produção, distribuição e comercialização, e o cumprimento de disposições relativas ao consumo;

V - informar às autoridades os resultados de exame laboratorial que revele riscos à saúde das pessoas, dos animais e das plantas;

VI - em caso de riscos para a saúde humana, o estabelecimento produtor é obrigado a organizar sob sua direção e ônus a retirada do mercado de lote de produto condenado para consumo.

Art. 64 - Todas as instalações e equipamentos devem ser mantidos em condições de higiene antes, durante e após a elaboração dos produtos.

Art. 65 - Os pisos e paredes, assim como os equipamentos e utensílios usados na elaboração dos produtos, devem ser lavados rotineiramente e higienizados com produtos liberados pelas autoridades competentes.

Art. 66 - As instalações devem ser mantidas livres de insetos e animais, agindo-se cautelosamente no emprego de venenos, cujo uso é restrito nas instalações não destinadas a recebimento, obtenção e depósito de matéria-prima e ingredientes, elaboração, acondicionamento e armazenamento de produto.

Art. 67 - Nas instalações de recebimento e armazenamento de matéria-prima e ingredientes, elaboração, acondicionamento e armazenamento devem ser observados os preceitos básicos de higiene, não sendo permitido o depósito de objetos e materiais estranhos ou a guarda de produtos que possam contaminar o destilado.

Art. 68 - As instalações devem ter suficiente estoque de desinfetantes apropriados para uso na higienização das instalações e equipamentos, recipientes e utensílios.

## SEÇÃO II

### Da Higiene das Pessoas

Art. 69 - Todos os profissionais do estabelecimento produtor farão exame de saúde, anualmente ou quando exigido pelas autoridades de saúde pública e defesa agropecuária.

Art. 70 - As pessoas afetadas por doença infecto-contagiosa ou repugnante serão imediatamente afastadas do trabalho e o fato comunicado ao órgão local de saúde pública.

Art. 71 - O pessoal das áreas de manipulação e preparação de matérias-primas e produtos acabados devem lavar as mãos sempre que necessário e em cada retomada do trabalho, ou em caso de contaminação.

Art. 72 - As pessoas devem ser orientadas para a observância de hábitos higiênicos como manter as unhas aparadas e limpas, usar gorros para evitar a queda de cabelos nos produtos em processo de elaboração e no destilado final, e manter sempre limpas as mãos e

os uniformes de trabalho.

## CAPÍTULO VI Da Elaboração do Produto Final

Art. 73 - A Cachaça de Alambique apresentará 3(três)tipos diferentes designativos da elaboração do produto final, os quais devem constar obrigatoriamente no rótulo de comercialização, assim denominados:

I - nova: a bebida engarrafada logo após sua extração;

II - armazenada: a bebida mantida em descanso em tonel ou barril de madeira por um período de 6(seis) meses;

III - envelhecida: a bebida submetida a processo de envelhecimento em tonel ou barril de madeira, por um período mínimo de 18(dezoito) meses; (12 meses)

Art. 74 - Admite-se a standardização da cachaça, desde que sejam utilizados no processamento somente destilados elaborados na forma estabelecida neste Decreto, produzidos em uma mesma região demarcada, e que conste no rótulo o termo "produto standardizado".

Art. 75 - É permitida a infusão da Cachaça de Alambique com madeiras, ervas, raízes ou frutos, ou com seus extratos naturais, desde que especificados, no rótulo, os componentes utilizados, resguardado o sigilo industrial e vedada a utilização de qualquer substância artificial. (Cachaça de infusão)

## CAPÍTULO VII Da Inspeção e Fiscalização

### SEÇÃO I Das Atividades de Inspeção e Fiscalização

Art. 76 - As ações de inspeção e fiscalização se efetivarão em caráter permanente e constituirão atividade rotina.

Parágrafo único - Quando solicitadas pelo Órgão Fiscalizador, os estabelecimentos deverão prestar informações, apresentar ou entregar documentos nos prazos fixados, a fim de não obstem as ações de inspeção e de fiscalização.

Art. 74 - As atividades administrativas relacionadas com a produção da Cachaça de Alambique são entendidas como:

I - controle: é a verificação administrativa da produção, industrialização, manipulação, circulação e comercialização da bebida;

II - inspeção: é o acompanhamento das fases de produção e manipulação, sob os aspectos conceituais, tecnológicos e sanitários da bebida;

III - fiscalização: é a ação direta do poder público para verificação o cumprimento da lei;

IV - análise fiscal: é o procedimento laboratorial para identificar ocorrências de alterações, adulterações, falsificações e fraudes, desde a produção até a comercialização da bebida;

V - análise de registro: é o procedimento laboratorial para confirmar os parâmetros que dizem respeito à veracidade da composição apresentada por ocasião do pedido inicial ou de

renovação de registro da bebida;

VI - análise de controle: é o procedimento laboratorial com a finalidade controlar a industrialização e exportação da bebida;

VII - análise pericial ou perícia de contraprova: é a determinação analítica realizada por peritos, em amostra da bebida, quando da contestação da análise fiscal condenatória;

VIII - análise ou perícia desempate: é a determinação analítica realizada por perito escolhido de comum acordo, ou, não havendo acordo, designado pela autoridade competente, com a finalidade de dirimir divergência apurada na análise pericial ou perícia de contraprova.

Art. 77 - A inspeção e fiscalização, exercidas por agentes inspetores e fiscais, obedecerão às normas estabelecidas neste Decreto e outras que vierem a ser estabelecidas.

Art. 78 - Inspeção e fiscalização são atos de examinar os padrões de processo e produto a higiene das pessoas e das instalações e equipamentos e os padrões físico-químicos e microbiológicos no recebimento, obtenção e depósito de matéria-prima e ingredientes, assim como durante as fases de elaboração, acondicionamento, armazenamento e rotulagem da Cachaça de Alambique.

Art. 79 - Constituem, também, ações de inspeção e fiscalização as auditorias necessárias à verificação de conformidade levadas a efeito nos estabelecimentos abrangidos por este Decreto, que venham a adotar o sistema de identificação de perigos para a segurança da saúde, perda de qualidade e integridade econômica da Cachaça de Alambique, através da implantação de Programa de Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC).

Parágrafo único - As definições, conceitos, objetivos, campo de aplicação e condições gerais para adoção do sistema previsto no caput deste artigo, bem como para implantação do Programa APPCC, serão fixados em ato administrativo do Órgão Fiscalizador.

Art. 80 - A inspeção e a fiscalização serão exercidas por inspetor credenciado pelo Instituto Mineiro de Agropecuária, nos estabelecimentos de produção, preparação, standardização, acondicionamento, exportação, depósito e firmas atacadistas e varejistas.

Art. 81 - O exercício da inspeção e fiscalização caberá a profissional de escolaridade superior, na sua respectiva área de competência, podendo o mesmo dispor de auxiliar devidamente capacitado.

Art. 82 - As prerrogativas e as atribuições específicas do inspetor no exercício de suas funções são as seguintes:

I - dispor de livre acesso nos estabelecimentos abrangidos por este Decreto;

II - colher amostras para análises de controle e fiscal, lavrando o respectivo termo;

III - realizar visitas rotineiras de inspeção e vistoria para apuração da prática de infrações, ou de eventos que tornem a

Cachaça De Minas passível de alteração, e verificar a adequação das instalações, equipamentos e processos de produção, lavrando os respectivos termos;

IV - verificar a procedência e as condições do produto quando exposto à venda;

V - proceder à apreensão de produto, matéria-prima, ingrediente ou de qualquer substância encontrados no estabelecimento com inobservância deste Decreto, principalmente no caso de indício de fraude, falsificação, alteração, deterioração ou perigo à saúde humana, lavrando o respectivo termo;

VI - proceder à apreensão de rótulos que contenham as expressões Cachaça de Alambique e Certificação de Controle de Origem no caso de infrações previstas no inciso V;

VII - lavrar ato de infração para início do processo administrativo previsto neste Decreto;

VIII - requisitar auxílio de autoridade policial no caso de recusa ou embaraço ao desempenho de suas funções.

Art. 83 - Entende-se como propositalmente alterada a bebida, matéria prima ou ingrediente que:

I - tiver sido adicionado de substância modificativa de sua composição, natureza e qualidade, ou que provoque a sua deterioração;

II - contiver aditivo não previsto neste Decreto;

III - tiver seus componentes, total ou parcialmente, substituídos;

IV - tenha sido aromatizada, colorida ou adicionada de substância estranha, destinada a ocultar defeito ou aparentar qualidade superior à real;

V - induzir a erro quanto à origem, natureza, qualidade, composição e característica própria;

VI - apresentar a composição e demais especificações diferentes das mencionadas no registro e no rótulo, observadas as tolerâncias previstas nos padrões de identidade e qualidade;

VII - tiver sido modificada na sua composição sem a prévia autorização do órgão Fiscalizador.

Art. 84 - Entende-se como acidentalmente alterada a bebida que tiver seus caracteres organolépticos, físicos, químicos ou biológicos modificados por causas naturais.

## SEÇÃO II

### Dos Documentos de Inspeção e Fiscalização

Art. 85 - Os documentos de inspeção e fiscalização serão estabelecidos pelo Órgão Fiscalizador.

## SEÇÃO III

### Das Análises Fiscal e de Controle

Art. 86 - Nas análises fiscal e de controle serão utilizados os critérios, procedimentos e prazos estabelecidos e regulamentados pelo Órgão Fiscalizador e aqueles reconhecidos internacionalmente, desde que validados pelo órgão federal competente.

SEÇÃO IV  
Das Infrações e de sua Classificação

Art. 87 - Constituem infrações, além das previstas na legislação federal, as seguintes:

I - adulterar, falsificar ou fraudar a Cachaça de Alambique, sua matéria-prima e ingredientes;

II - produzir, preparar, beneficiar, envasar, acondicionar e rotular a Cachaça de Alambique em desacordo com as disposições deste Decreto e atos complementares do Conselho Diretor do Pró-Cachaça e do Órgão Fiscalizador;

III - utilizar as chancelas oficiais Cachaça de Alambique e Certificação de Controle de Origem em bebidas não cadastradas no Órgão Fiscalizador;

IV - misturar a bebida chancelada como Cachaça de Alambique com outras não registradas no Órgão Fiscalizador, ou provenientes de estabelecimentos não registrados no Ministério da Agricultura e Abastecimento ou, ainda, de procedência estranha;

V - toda ação ou omissão que importe em inobservância ou em desobediência ao disposto nas normas legais destinada a preservar a origem, a integridade e a qualidade da Cachaça de Alambique e a saúde do consumidor.

Art. 88 - As responsabilidades administrativa, civil e penal, pela prática de infrações recairão, também, isolada ou cumulativamente, sobre:

I - o requerente do registro que, por dolo ou culpa, omitir informações ou fornecê-las incorretamente;

II - O técnico responsável quanto à formulação ou composição do produto, do processo produtivo e das condições de estocagem e armazenamento, caso em que o Órgão Fiscalizador notificará ao Conselho Profissional respectivo;

III - todo aquele que incorrer para a prática de infração ou dela tiver vantagem;

IV - o transportador, o comerciante ou armazenador pelo produto que estiver sob sua guarda ou responsabilidade, quando desconhecida sua procedência.

Parágrafo único - A responsabilidade do produtor, standardizador, envasador, acondicionador e exportador prevalecerá quando a bebida permanecer em vasilhame fechado e inviolado.

Art. 89 - Quando a infração constituir crime ou contravenção, o Órgão Fiscalizador representará junto ao órgão competente para a apuração da responsabilidade penal.

Art. 90 - Quando a infração infringir disposições da legislação federal relativa à produção, preparação, beneficiamento, envasamento, acondicionamento, rotulagem, transporte, armazenamento ou comercialização de bebida destilada, o Órgão Fiscalizador notificará a repartição estadual do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

SEÇÃO V  
Das Sanções Administrativas

Art. 91 - Sem prejuízo das responsabilidades civil e penal, a infringência a este Decreto sujeita o infrator, isolada ou cumulativamente, às seguintes sanções:

I - advertência: aplicada no caso em que o infrator for primário, não tiver agido com dolo e, ainda, o dano puder ser reparado e a infração não constituir fraude;

II - cancelamento do registro de produto e de estabelecimento de Cachaça de Alambique, aplicada nos casos de:

a) adulteração, falsificação e fraude da Cachaça de Alambique e do seu processo produtivo;

b) não cumprimento das recomendações do Órgão Fiscalizador para reparação de infração penalizada com advertência.

Art. 92 - O uso das chancelas oficiais Cachaça de Alambique e Certificação de Controle de Origem por estabelecimentos não registrados no Órgão Fiscalizador constitui crime.

#### SEÇÃO VI

##### Da Apreensão

Art. 91 - Caberá a apreensão de bebida, ingrediente, vasilhame ou rótulo quando ocorrerem indícios de adulteração, falsificação, fraude ou inobservância ao disposto neste Decreto e nos atos complementares do Conselho Diretor do Pró-Cachaça e do Instituto Mineiro de Agropecuária.

Art. 93 - Proceder-se-á, ainda, à apreensão da bebida, em depósito, armazens, firmas atacadistas e varejistas e exportador, de cujo rótulo constar as chancelas oficiais Cachaça de Alambique e Certificação de Origem Controlada em desacordo com o disposto neste Decreto.

Art. 94 - O produto apreendido ficará sob a guarda do responsável legal, nomeado fiel depositário, sendo proibida a sua substituição, subtração ou remoção, total ou parcialmente.

§ 1º - Em caso de comprovada necessidade, o produto poderá ser removido para outro local, a critério do Órgão Fiscalizador.

§ 2º - Do produto apreendido será colhida amostra para análise, de cujo resultado será dado conhecimento ao responsável legal.

Art. 95 - A apreensão de que trata os artigos anteriores não poderá exceder 45(quarenta e cinco) dias a contar da data da lavratura do termo de apreensão.

Art. 96 - Não procedente a apreensão, após a apuração administrativa, far-se-á a imediata devolução do produto.

Art. 97 - A recusa injustificada de responsável legal de estabelecimento, detentor de produto objeto de apreensão, ao encargo de fiel depositário, caracteriza embaraço à ação da fiscalização, sujeitando-o às sanções legalmente estabelecidas, devendo neste caso ser lavrado auto de infração.

#### SEÇÃO VII

##### Da Apuração de Infração e do Recurso Administrativo

Art. 98 - O Órgão Fiscalizador, ao tomar conhecimento, por qualquer meio, da ocorrência de infração, é obrigado a promover sua imediata apuração, através de processo administrativo próprio, sob pena de responsabilidade.

Art. 99 - A infringência às disposições deste Decreto e dos atos complementares será apurada em regular processo administrativo, iniciado com a lavratura do auto de infração, observados procedimentos, ritos e prazos fixados pelo órgão Fiscalizador.

Art. 100 - Da decisão do Órgão Fiscalizador, cabe recurso ao Conselho Diretor do Pró-Cachaça, no prazo de 20(vinte) dias, a contar do recebimento da notificação.

Art. 101 - O recurso previsto no artigo anterior será dirigido ao Presidente do Conselho Diretor do Pró-Cachaça, por intermédio do Órgão Fiscalizador, o qual, juntando-o aos autos do processo, fará o seu encaminhamento, no prazo de 15(quinze) dias, devidamente informado.

Parágrafo único - A autoridade julgadora deverá declarar se o recurso é recebido no efeito devolutivo, ou suspensivo, ou em ambos.

Art. 102 - De posse do recurso, o Presidente do Conselho Diretor do Pró-Cachaça nomeará, entre os conselheiros, o relator que terá prazo de 15(quinze) dias para lavrar o seu parecer e entregá-lo ao Presidente do Conselho Diretor.

Art. 103 - A decisão de segunda instância será proferida dentro de 30(trinta) dias, contado do recebimento do recurso, sob pena de responsabilidade.

#### SEÇÃO VIII

##### Da Execução das Sanções

Art. 104 - As sanções decorrentes da aplicação deste Decreto serão executadas na forma estabelecida pelo Órgão Fiscalizador.

#### CAPÍTULO VIII

##### Das Disposições Finais e Transitórias

Art. 105 - O Conselho Diretor do Pró-Cachaça poderá, ainda, em atos complementares, fixar:

I - as exigências, os critérios e os procedimentos a serem utilizados:

a) na padronização, na classificação e no registro da Cachaça de Alambique;

b) na classificação e registro de estabelecimento da bebida;

c) na inspeção, fiscalização e controle da produção, industrialização e manipulação da bebida:

d) na análise laboratorial;

e) na demarcação de origem e na certificação de origem controlada.

II - a complementação dos padrões de identidade e qualidade

da Cachaça de Alambique;

III - os meios de conservação da bebida;

IV - os requisitos para o envelhecimento da Cachaça de Alambique.

Art. 106 - Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Palácio da Liberdade, em Belo Horizonte, aos 05 de junho de 2002.

Itamar Franco - Governador do Estado

#### ANEXO I

(a que se refere o artigo 33, inciso VII, do Decreto n° 42.644 de 05 de junho de 2002)

#### COMPOSIÇÃO FÍSICO-QUÍMICA DA CACHAÇA DE ALAMBIQUE

1. Acidez volátil, expressa em ácido acético em mg / 100 mL de álcool anidro: máximo de 250
2. Ésteres totais, expressos em acetato de etila, em mg / 100 mL de álcool anidro máximo de 200 e mínimo de 10
3. Aldeídos totais, em acetaldeído, em mg / 100 mL de álcool anidro  
máximo de 30
4. Soma de Furfural e Hidroximetilfurfural, em mg / 100 mL de álcool anidro: máximo de 5.
5. Soma dos álcoois iso-butílico (2-metil propanol) e isoamílicos (2-metil -1-butanol + 3 metil-1-butanol), em mg / 100 mL de álcool anidro: máximo de 320.
6. Soma dos álcoois n-propílico (1-propanol), séc-butílico, (3-butanol), e n-butílico (1-butanol), em mg / 100 mL de álcool anidro: máximo de 130
7. Deverá ser detectada a presença de compostos fenólicos totais em aguardentes de cana, cachaças e destilados alcoólicos simples de cana-de-açúcar envelhecidos, característicos das madeiras utilizadas.
8. CONTAMINANTES
  - 8.1 Contaminantes orgânicos
    - 8.1.1 Álcool metílico, em quantidade não superior a 200 mg por 100 mL de álcool anidro.
    - 8.1.2 Carbamato de etila, em quantidade não superior a 400 µg/L (microgramas por litro).

8.1.3 Acroleína (2-propenal), em quantidade não superior a 10 mg por 100 mL em álcool anidro.

8.1.4 Diacetil (2,3-butanodiona) , em quantidade não superior a 2 mg por 100 mL em álcool anidro.

8.1.5 Formaldeído, em quantidade não superior a 5 mg por 100 mL em álcool anidro.

## 8.2 Contaminantes inorgânicos

8.2.1 Cobre (Cu), em quantidade não superior a 8 mg/L (dez miligramas por litro)

8.2.2 Chumbo ( Pb) , em quantidade não superior a 300 µg/L (trezentos microgramas por litro).

8.2.3 Arsênio (As), em quantidade não superior a 100 µg/L ( cem microgramas por litro).

8.2.4 Cádmiio (Cd), em quantidade não superior a 100 µg/L (cem microgramas por litro).

8.2.5 Ácido cianídrico (HCN), em quantidade não superior a 5 mg/100 mL (cinco miligramas por cem mililitros) de álcool anidro.

## 9. ELEMENTOS FÍSICOS

9.1 Partículas em suspensão.....Ausentes

9.2 Extrato seco.....6,0 Grama/litro

**Anexo 2. Decreto n. 42644. Versão publicada, com a expressão *cacheça artesanal*.**

## Legislação Mineira

NORMA: DECRETO 42644

### DECRETO 42644 DE 05/06/2002 - TEXTO ORIGINAL

Regulamenta a Lei nº 13.949, de 11 de julho de 2001, que estabelece o padrão de identidade e as características do processo de elaboração da Cachaça Artesanal de Minas e dá outras providências.

O Governador do Estado de Minas Gerais, no uso de atribuição que lhe confere o artigo 90, inciso VII, da Constituição do Estado, tendo em vista o disposto no artigo 13 da Lei nº 13.949, de 11 de julho de 2001,

DECRETA:

#### CAPÍTULO I Disposições Gerais

##### SEÇÃO I Dos Princípios

Art. 1º - Este Decreto estabelece as normas gerais de registro, padronização, classificação, delimitação e denominação de origem, de inspeção e fiscalização da produção e do comércio da Cachaça Artesanal de Minas.

Art. 2º - Somente poderá ostentar na embalagem a expressão Cachaça Artesanal de Minas o produto obtido segundo o processo de elaboração previsto neste Decreto.

##### SEÇÃO II Das Definições

Art. 3º - Para fins deste Decreto, considera-se:

I - Cachaça Artesanal de Minas: a bebida fermento-destilada com graduação alcoólica de 38% a 54% v/v(volume por volume), à temperatura de 20°C(vinte graus Celsius), produzida no Estado, e fabricada em safras anuais, a partir de matéria-prima básica ou transformada; processada de acordo com as características históricas e culturais de cada uma das regiões de Minas; e elaborada e engarrafada na origem, obedecido o disposto neste Decreto e na legislação federal pertinente;

II - matéria-prima básica: a cana-de-açúcar, ou simplesmente cana, colhida sem queima, de variedade tradicionalmente cultivada na região ou recomendada por instituição oficial de pesquisa ou de assistência técnica;

III - matéria-prima transformada: o produto obtido da reconstituição da rapadura ou do melado de cana, produzido a partir da matéria-prima básica;

IV - safra: o ano da colheita da cana-de-açúcar;

V - lote ou partida: a quantidade de um produto em um ciclo de fabricação, identificado por número, letra ou combinação dos dois, cuja característica principal é a homogeneidade;

VI - prazo de validade: o tempo em que o produto mantém suas propriedades, quando conservado na embalagem original e sem avarias, em condições adequadas de armazenagem e utilização;

VII - produto de origem controlada: a cachaça típica de uma região, sempre de grande notoriedade, que implica uma íntima ligação entre o produto, as tradições, o sítio e o talento do homem;

VIII - certificação de origem: o ato administrativo de garantir que a cachaça atende as condições estabelecidas para os produtos de origem controlada.

## CAPÍTULO II

### Da Organização

#### E dos Procedimentos de Controle da Produção, Comércio e Exportação

### SEÇÃO I

#### Dos Órgãos de Deliberação e Controle

Art. 4º - Compete à Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento, por intermédio do Conselho Diretor do Programa Mineiro de Incentivo à Produção de Aguardentes - Pró-Cachaça:

I - aprovar as normas gerais de registro, padronização, classificação e, ainda, de inspeção e fiscalização da produção e do comércio da Cachaça Artesanal de Minas nos termos das legislações federal e estadual pertinentes;

II - aprovar as normas e os procedimentos de demarcação de regiões produtoras e de certificação de origem;

III - aprovar as especificações técnicas de processo de produção e o padrão de identidade e qualidade da Cachaça Artesanal de Minas;

IV - deliberar, em grau de recurso, sobre penalidade aplicada pelo órgão fiscalizador;

V - executar outras atividades afins.

Art. 5º - O registro, a padronização, a classificação, a inspeção e a fiscalização da produção e do comércio da Cachaça Artesanal de Minas, em relação aos seus aspectos conceituais e tecnológicos, são de competência do Instituto Mineiro de Agropecuária - IMA.

Parágrafo único - Para efeito deste Decreto, os termos Instituto Mineiro de Agropecuária - IMA e Órgão Fiscalizador se equivalem.

Art. 6º - Compete ao Órgão Fiscalizador:

I - executar as atividades de registro, padronização, classificação e, ainda, de inspeção e fiscalização da produção e do comércio da Cachaça Artesanal de Minas, sob os aspectos conceituais, higiênico-sanitário e tecnológico;

II - executar a inspeção industrial, sanitária e tecnológica da Cachaça Artesanal de Minas;

III - conceder, cancelar e renovar, a pedido do interessado, nos termos das normas aprovadas pelo Conselho Diretor do Pró-Cachaça, o registro de estabelecimento produtor ou fabricante, standardizador ou padronizador, envasador ou engarrafador e exportador da Cachaça Artesanal de Minas;

IV - propor padrões de identidade e qualidade para a Cachaça Artesanal de Minas;

V - analisar memoriais descritivos das técnicas de elaboração da Cachaça artesanal de Minas e de rótulos utilizados na embalagem para fins de registro;

VI - administrar e manter dados cadastrais relativos à produção e exportação da Cachaça Artesanal de Minas;

VII - instruir e encaminhar ao Conselho Diretor do Pró-Cachaça os processos que tratam de assuntos atinentes à lei sobre a Cachaça Artesanal de Minas, bem como dos respectivos estabelecimentos industriais e fracionadores;

VIII - promover a coleta de amostras de produtos e ingredientes para análise laboratorial, visando ao controle do padrão de identidade e qualidade da Cachaça Artesanal de Minas;

IX - executar outras atividades afins.

## SEÇÃO II

### Das Regiões Demarcadas e da Certificação de Origem

Art. 7º - Os produtores e standardizadores que adotarem o processo de elaboração da Cachaça Artesanal de Minas previsto neste Decreto receberão o Certificado de Controle de Origem emitido pelo Órgão Fiscalizador, de acordo com as características culturais e geográficas de cada uma das regiões produtoras do Estado.

§ 1º - O certificado de que trata o caput deste artigo não será concedido ao produto que apresentar irregularidade de natureza fiscal, ambiental ou sanitária relativa ao processo de elaboração da Cachaça Artesanal de Minas.

§ 2º - Compete ao Conselho Diretor do Pró-Cachaça, com base em processo informado pelo Órgão Fiscalizador, a qualquer tempo, cancelar a concessão do Certificado de Controle de Origem do produto que deixar de apresentar as características da Cachaça Artesanal de Minas prevista neste Decreto.

Art. 8º - A Cachaça Artesanal de Minas produzida em região demarcada conterà em seu rótulo a indicação de sua origem.

Art. 9º - Por região demarcada entende-se uma região geográfica que traduz um destilado alcoólico com características naturais, culturais e qualitativas particulares, cujo nome é utilizado na menção ao produto dela proveniente.

Art. 10 - A utilização de qualquer indicação de origem ou proveniência depende do preenchimento dos requisitos estabelecidos neste Decreto.

Art. 11 - Constitui área referencial para o zoneamento da produção da Cachaça Artesanal de Minas a microrregião homogênea definida pelo órgão federal de geografia e estatística, conforme anexo II.

Art. 12 - Uma microrregião pode ser desmembrada em duas ou mais origens, e duas ou mais microrregiões podem se agrupar numa mesma denominação de origem se observado o seguinte:

I - O desmembramento de uma microrregião deve ser aprovado por, no mínimo, 80%(oitenta por cento) dos estabelecimentos produtores de cachaça nela localizados, legalmente registrados no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento;

II - A união de mais de uma microrregião para constituir uma única origem deve ser aprovada pela maioria dos estabelecimentos produtores de cada uma das microrregiões legalmente registrados no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

Art. 13 - Os procedimentos de desmembramento ou união de microrregiões para constituir uma região de origem serão regulamentados pelo Conselho Diretor do Pró-Cachaça.

Art. 14 - As expressões Cachaça Artesanal de Minas e Certificação de Controle de Origem somente poderão ser utilizadas na marca certificada, e em todas as unidades de venda do produto aprovado.

Art. 15 - O Certificado de Controle de Origem e o registro de estabelecimento de Cachaça Artesanal de Minas não podem ser cedidos a terceiros, salvo continuação de uso por sucessão, reconhecida pelo órgão fiscalizador.

Art. 16 - Suspensa ou cancelada a certificação de origem e o registro de estabelecimento ou da bebida, o estabelecimento está obrigado a cessar, imediatamente, toda e qualquer publicidade que tenha relação com os mesmos, retirando do mercado o produto com tais indicações no prazo de 30(trinta) dias.

Art. 17 - A utilização da certificação de origem e do registro de estabelecimento será cancelada, independente de penalidade, em caso de denúncia comprovada.

Art. 18 - Qualquer mudança no sistema de fabricação da Cachaça Artesanal de Minas e na origem do estabelecimento, que afetem as características da bebida e a indicação de proveniência, devem ser previamente aprovadas pelo órgão fiscalizador.

### SEÇÃO III

#### Dos Registros de Estabelecimento e de Bebida

Art. 19 - Os estabelecimentos previstos neste Decreto deverão ser obrigatoriamente registrados no Instituto Mineiro de Agropecuária.

Parágrafo único - O registro será válido em todo o território mineiro e deverá ser renovado a cada 10(dez) anos.

Art. 20 - A bebida definida neste Decreto deverá ser obrigatoriamente registrada no Instituto Mineiro de Agropecuária.

Parágrafo único - O registro da Cachaça Artesanal de Minas será válido em todo o território mineiro, observados os seguintes prazos de renovação:

1. registro inicial: validade de 3(três) anos;
2. renovações seguintes: validade de 5(cinco) anos.

Art. 21 - O registro de estabelecimento e bebida é válido para a região demarcada.

Parágrafo único: No caso de transferência de sede ou de unidade de produção, o registro anterior é cancelado, obrigando-se o interessado a solicitar novo registro de estabelecimento e de bebida.

Art. 22 - Os requisitos, critérios e os procedimentos para o registro de estabelecimento e de bebida serão disciplinados em ato administrativo complementar que definirá a documentação necessária, local e forma de apresentação, prazos e meios para o cumprimento das diligências.

### SEÇÃO IV

## Da Classificação dos Estabelecimentos

Art. 23 - A classificação geral dos estabelecimentos, de acordo com sua atividade, é a seguinte:

I - produtor ou fabricante: é o estabelecimento rural que transforma a garapa da cana, em sua forma original ou reconstituída da rapadura ou do melado de cana, na Cachaça Artesanal de Minas;

II - standardizador ou padronizador: é o estabelecimento que elabora um tipo de bebida padrão usando destilados elaborados por estabelecimento produtor ou fabricante da mesma região demarcada;

III - envasador ou engarrafador: é o estabelecimento que se destina ao envasamento da Cachaça Artesanal de Minas em recipientes destinados ao consumo, podendo efetuar as práticas tecnológicas previstas em ato administrativo complementar;

IV - atacadista ou Distribuidor: é o estabelecimento que se destina a vender a grosso ou a entregar a estabelecimento varejista, por ordem do estabelecimento produtor ou manipulador, a Cachaça Artesanal de Minas;

V - exportador: é o estabelecimento que se destina a exportar a Cachaça Artesanal de Minas.

## SEÇÃO V

### Do Controle de Matérias-Primas e Bebidas

Art. 24 - Os estabelecimentos fabricantes, standardizadores, envasadores e exportadores de Cachaça Artesanal de Minas estão obrigados a informar semestralmente ao Órgão Fiscalizador as quantidades de produção e de compra de cachaças, de saída e o estoque final do semestre, por região de origem.

Parágrafo único - Para o caso da compra de cachaças é obrigatória a identificação do estabelecimento de origem.

Art. 25 - Os critérios e normas para o controle de envelhecimento da Cachaça Artesanal de Minas serão estabelecidos em ato administrativo complementar, que conterão prazos mínimos, capacidade, tipo e forma do recipiente, e local de envelhecimento, observado o disposto da Seção VII, do capítulo IV, deste Decreto e a legislação federal, no que for aplicável.

Art. 26 - É proibido produzir, preparar, beneficiar, acondicionar, transportar, ter em depósito ou comercializar a Cachaça Artesanal de Minas em desacordo com as disposições deste Decreto.

Art. 27 - O material, os equipamentos e os veículos empregados na produção, preparação, manipulação, beneficiamento, acondicionamento e transporte da Cachaça Artesanal de Minas deverão observar as exigências sanitárias e de higiene e atender os requisitos técnicos destinados a impedir a alteração da bebida.

Art. 28 - No acondicionamento e fechamento da bebida, somente poderão ser usados materiais que atendam aos requisitos sanitários e de higiene, e que não alterem os caracteres organolépticos, nem transmitam substâncias nocivas ao produto.

Parágrafo único - O vasilhame utilizado no acondicionamento de detergentes e outros produtos químicos não poderá ser empregado no envasamento da Cachaça Artesanal de Minas.

## SEÇÃO VI

### Do Controle de Estabelecimentos

Art. 29 - Os estabelecimentos produtores de Cachaça Artesanal de Minas, de acordo com suas atividades, deverão observar o disposto nos artigos 36 a 39 do Decreto Federal nº 2.314, de 4 de setembro de 1997, e ainda:

I - localizar-se distante de fontes de mau cheiro e de contaminação;

II - ser construído de alvenaria ou outro material aprovado, com área compatível com o volume máximo da produção;

III - possuir ambiente interno fechado, dotado de instalações que possibilitem a manutenção das condições higiênico-sanitárias adequadas;

IV - possuir paredes lisas, de cor clara, impermeáveis e de fácil higienização, perfeita aeração e luminosidade;

V - possuir forro e sistema de vedação contra insetos e outras fontes de contaminação;

VI - possuir piso impermeável de fácil escoamento das águas residuais e mantido sempre limpo e higienizado;

VII - possuir área física adequada que permita a correta instalação dos equipamentos e a manipulação higiênico-sanitária de matérias primas e produtos acabados;

VIII - dispor de água potável encanada, em quantidade compatível com a demanda da atividade, cuja fonte, canalização e reservatório devem ser protegidos de contaminação;

IX - possuir sistema de provimento de água quente e/ou produto adequado para higienizar o estabelecimento, instalações, equipamentos, utensílios e recipientes;

X - dispor de sistema de escoamento de água servida e resíduos gerados pela elaboração de produtos interligado a eficientes processos de descarte e proteção ambiental;

XI - dispor de instalação sanitária com lavatório e produtos de higiene pessoal(sabonete, papel higiênico, toalha de papel, etc.) proporcional à demanda estabelecida;

XII - dispor de fonte de energia compatível com a demanda da atividade.

Art. 30 - É proibida a presença de animais nos locais de recebimento e depósito de matéria-prima, elaboração, acondicionamento, armazenamento e expedição de Cachaça Artesanal de Minas.

### CAPÍTULO III

#### Dos Requisitos e Controle de Qualidade

Art. 31 - A Cachaça Artesanal de Minas observará os padrões de identidade e qualidade estabelecidos neste Decreto, complementados por atos administrativos do Conselho Diretor do Pró-Cachaça.

Art. 32 - Para efeito deste Decreto, a graduação alcoólica da Cachaça Artesanal de Minas será expressa em percentagem de volume de álcool etílico, à temperatura de 20(vinte) graus Celsius.

Art. 33 - São características da Cachaça Artesanal de Minas:

I - não conter substâncias modificativas de cor, sabor, teor alcoólico, aroma, natureza e qualidade;

II - não conter açúcares em quantidade superior a 6g(seis gramas) por litro;

III - utilizar agentes fermentativos naturais e não induzir ou acelerar o processo fermentativo mediante o uso de produto químico de origem mineral;

IV - apresentar normalidade dos caracteres organolépticos e requisitos de qualidade e quantidade dos componentes próprios de sua natureza;

V - não conter substâncias nocivas à saúde e elementos estranhos, indícios de alterações e microrganismos patogênicos;

VI - não ter seus componentes total ou parcialmente alterados por procedimentos que descaracterizem o conceito e o método tradicional de produção;

VII - obedecer aos padrões de composição física e química estabelecidos no Anexo I.

Parágrafo único: Será considerada imprópria para a fabricação e a comercialização, com as chancelas oficiais de Cachaça Artesanal de Minas e Certificação de Controle de Origem, a bebida que não atender ao disposto neste artigo.

Art. 34 - A água destinada à produção da Cachaça Artesanal de Minas e utilizada na higienização das instalações e dos equipamentos deverá ser limpa, inodora, incolor, não conter germes patogênicos e observar o padrão de potabilidade.

Art. 35 - Independentemente do controle e da fiscalização do Poder Público, todos os estabelecimentos previstos neste Decreto deverão estar aptos a verificar a qualidade da matéria-prima, ingredientes ou substâncias, bem como das operações de fabricação e a estabilidade do produto elaborado ou manipulado.

§ 1º - É facultado aos estabelecimentos previstos neste Decreto realizarem seus controles através de laboratórios próprios ou contratados para este fim, sem prejuízo da responsabilidade da empresa pela qualidade do produto.

§ 2º - O controle de qualidade poderá ser realizado com a utilização do sistema de identificação de perigos para a segurança da saúde, perda de qualidade e para a integridade econômica do produto, pela implantação do Programa de Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle.

§ 3º - Todos os estabelecimentos produtores de cachaça artesanal deverão ter, obrigatoriamente, um responsável técnico, devidamente habilitado e registrado em um dos seguintes Conselhos:

1. CREA - Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia de Minas Gerais;
2. CRQ - Conselho Regional de Química 2ª Região;
3. CRF - Conselho Regional de Farmácia do Estado de Minas Gerais.

§ 4º - As categorias profissionais a serem habilitadas serão definidas entre os Conselhos e o Pró-Cachaça.

Art. 36 - Nas análises laboratoriais previstas neste Decreto aplicam-se os métodos oficiais e as tolerâncias analíticas estabelecidos ou outros, desde que reconhecidos pelo Órgão Fiscalizador.

## CAPÍTULO IV

### Do Processo Produtivo e da Rotulagem

#### SEÇÃO I

##### Da Colheita da Cana-de-açúcar

Art. 37 - A cana-de-açúcar deve ser colhida sem queima, quando os colmos estejam maduros, e cortada rente ao nível do solo, a fim de evitar a eliminação da microbiota natural, infestações de pragas e moléstias cristogênicas nas cepas remanescentes e emissões de brotações aéreas.

Art. 38 - Após colhida, a cana deve ser despontada, ou seja ter cortados os colmos imaturos da parte superior, de forma a preservar a qualidade do suco e evitar a perda de rendimento de destilado.

#### SEÇÃO II

##### Da Moagem da Cana-de-açúcar

Art. 39 - A cana é moída, para a retirada do caldo que contém os elementos do destilado, no prazo máximo de 24(vinte e quatro) horas após colhida.

Art. 40 - O equipamento de moagem, ou moenda, antes de ser colocado em operação, deve estar bem regulado para uma extração máxima e lavado ou esterilizado, com todas as suas partes e peças devidamente limpas.

Art. 41 - A garapa que sai da bica da moenda deve ser peneirada e decantada em peneira de tamanho que contenha bagacilhos e impurezas e decantador que detenha as impurezas e materiais contaminantes que escaparam da peneiração, como terra, areia e outros detritos.

### SEÇÃO III Da Preparação do Mosto

Art. 42 - O mosto, ou suco fermentável, deve apresentar um teor de açúcar entre 14(quatorze) e 16(dezesseis) graus Brix.

Art. 43 - Para diluir o caldo até o limite definido no artigo anterior deve-se adicionar água limpa, inodora, incolor sem germes patogênicos e dentro dos padrões de potabilidade.

### SEÇÃO IV Da Fermentação

Art. 44 - O processo de fermentação do mosto para a fabricação da Cachaça Artesanal de Minas é exclusivamente natural.

Parágrafo único - O fermento a ser utilizado na transformação biológica da garapa em vinho destilável será:

1. fabricado com caldo da cana-de-açúcar, acrescido de milho em forma de fubá, vedada a utilização de aditivo químico de qualquer natureza para acelerar ou reforçar a fermentação natural;
2. obtido a partir das cepas de microorganismos presentes nos próprios ingredientes descritos no inciso anterior e na região produtora, proibida a utilização de fermento industrializado prensado, conhecido por "fermento de padaria".

Art. 45 - Na preparação do pé-de-cuba, ou caldo de cana fermentado rico em leveduras, devem ser observados os seguintes parâmetros:

- I - a temperatura ideal deve ser de 25 a 30°C;
- II - a acidez do mosto deve estar com o pH entre 4 e 5;
- III - o teor de sacarose da garapa deve ser inferior a 8(oito) graus Brix.

Art. 46 - O processo de fermentação pode ser conduzido por 3(três) diferentes sistemas:

- I - convencional: consiste em colocar o inóculo(pé-de-cuba) e todo o meio a ser fermentado juntos na dorna de fermentação;
- II - bateladas sucessivas: consiste do aproveitamento do fermento em várias fermentações subsequentes;
- III - descontínuo-alimentado: consiste na alimentação da dorna aos poucos, de modo a manter um teor de açúcar preestabelecido.

Art. 47 - A dorna de fermentação, ou recipiente no qual o mosto é colocado para fermentar, deve ser construída de material rígido, lavável e resistente à corrosão e que não transmita elemento que altere a cor, o aroma e o sabor do caldo.

## SEÇÃO V Da Destilação

Art. 48 - Destilação é a operação que consiste em aquecer o vinho lenta e gradualmente, até atingir a ebulição, separando e selecionando, total ou parcialmente, substâncias de diferentes volatilidades.

Art. 49 - A destilação do mosto fermentado somente poderá ser realizada em alambiques de cobre, providos de serpentina também de cobre, de operação descontínua.

Art. 50 - No ciclo de destilação são obtidos 3(três) produtos distintos denominados “cabeça”, “coração” e “cauda” ou “água fraca”, assim definidos:

I - cabeça: é a fração inicial da destilação, rica em metanol e aldeídos, representando um percentual aproximado de 10%(dez por cento), que deve ser descartada;

II - coração: é a Cachaça Artesanal de Minas, propriamente dita, representa a fração da destilação que contém a menor quantidade de impurezas voláteis e a maior quantidade de etanol, constituindo a melhor fração do destilado, e corresponde a cerca de 80%(oitenta por cento) do volume total;

III - cauda ou água fraca: é a fração final da destilação, contendo altos teores de água, álcoois superiores e outros componentes indesejáveis à qualidade do destilado e à saúde do consumidor, correspondendo aproximadamente a 10%(dez por cento) do destilado e deve ser descartada.

Art. 51 - O espírito alcoólico produzido deve conter de 40%(quarenta por cento) a 54%(cinquenta e quatro por cento) de álcool em volume.

Art. 52 - É obrigatória a filtragem do destilado para a retirada de impurezas e resíduos sólidos.

## SEÇÃO VI Do Armazenamento

Art. 53 - Armazenamento é o ato de reunir destilados colhidos em vários dias antes de ser destinado ao engarrafamento, como cachaça nova, ou ao envelhecimento em tonéis de madeira.

Art. 54 - A Cachaça Artesanal de Minas só pode ser armazenada em recipiente de madeira ou aço inoxidável, independentemente da capacidade.

## SEÇÃO VII Do Envelhecimento

Art. 55 - Para o envelhecimento, a Cachaça Artesanal de Minas será armazenada em barris ou tonéis de madeira de 200(duzentos) a 250(duzentos e cinquenta) litros de capacidade líquida.

Art. 56 - É vedado, na fabricação de tonéis e barris de envelhecimento da Cachaça Artesanal de Minas, o uso de madeira que possa exercer qualquer ação indesejável nas características da cachaça ou que venha ensejar a migração de compostos tóxicos para esta.

## SEÇÃO VIII Da Rotulagem

Art. 57 - Rótulo será qualquer identificação afixada ou gravada sobre o recipiente da bebida, de forma unitária ou desmembrada, ou na respectiva parte plana da cápsula, ou outro material empregado na vedação do recipiente.

Art. 58 - O rótulo da bebida deve ser previamente aprovado pelo Órgão Fiscalizador, e constar em cada unidade, sem prejuízo de outras disposições de lei, em caracteres visíveis e legíveis, os seguintes dizeres:

- I - o nome do produtor ou fabricante, do standardizador ou padronizador e do envasador ou engarrafador;
- II - o endereço do estabelecimento de produção ou envasamento;
- III - o número do registro do produto no Ministério da Agricultura e do Bastecimento e no Órgão Fiscalizador;
- IV - a denominação do produto;
- V - a marca comercial;
- VI - os ingredientes;
- VII - a expressão "Indústria Brasileira", por extenso ou abreviada;
- VIII - a expressão "Cachaça Artesanal de Minas";
- IX - a indicação de sua origem;
- X - o tipo de designativo da bebida;
- XI - o conteúdo, expresso na unidade correspondente de acordo com normas específicas;
- XII - a graduação alcoólica, por extenso ou abreviada, expressa em porcentagem de volume alcoólico;
- XIII - a identificação do lote ou da partida;
- XIV - o prazo de validade;
- XV - frase de advertência, quando bebida alcoólica, conforme estabelecido por lei específica.

§ 1º - Na declaração dos aditivos de infusão deverão ser indicados a sua função principal e seu nome completo.

§ 2º - Excetuada a cápsula de vedação, no rótulo sobre o recipiente da bebida deverão constar os dizeres obrigatórios a que se referem os incisos IV, V, VI, VII, VIII, IX, X, XI, XII e XV, deste artigo.

§ 3º - Nas embalagens retornáveis litografadas fica permitida a indicação dos aditivos na parte da cápsula de vedação, e, quando destinadas a uso múltiplo, permitir-se-á, também, a denominação do produto.

§ 4º - O rótulo da bebida destinada à exportação poderá ser escrito, no todo ou em parte, no idioma do país de destino, sendo vedada a comercialização dessa bebida, com esse rótulo, no mercado mineiro.

§ 5º - O lote partida poderá ser informado, de forma legível e visível, em qualquer parte externa do recipiente da bebida.

§ 6º - A marca comercial do produto também poderá constar na parte plana da cápsula de vedação, desde que nesta não conste outros dizeres além dos previstos nos incisos I, II e III, deste artigo.

Art. 59 - O rótulo não poderá conter denominação, símbolo, figura, desenho ou qualquer indicação que induza a erro ou equívoco quanto à origem, natureza ou composição do produto, nem atribuir-lhe qualidade ou característica que não possua, bem como finalidade terapêutica ou medicamentosa.

CAPÍTULO V  
Das Práticas de Higiene

SEÇÃO I  
Da Higiene das Instalações e Equipamentos

Art. 60 - As condições de higiene nas quais são realizadas operações de recebimento e depósito de matéria-prima, elaboração, acondicionamento, armazenamento e expedição da Cachaça Artesanal de Minas constituem objeto de autocontrole do estabelecimento e são fundadas nos seguintes princípios:

I - identificação das etapas decisivas para o controle da higidez do produto colocado no mercado, em função do processo de fabricação utilizado no estabelecimento;

II - supervisão e controle das etapas decisivas segundo métodos apropriados;

III - análises regulares do produto colocado no mercado por laboratório oficial ou credenciado;

IV - registro e controle da elaboração, distribuição e conservação do produto com o objetivo de determinar, a qualquer tempo, os agentes da produção, distribuição e comercialização, e o cumprimento de disposições relativas ao consumo;

V - informar às autoridades os resultados de exame laboratorial que revele riscos à saúde das pessoas, dos animais e das plantas;

VI - em caso de riscos para a saúde humana, o estabelecimento produtor é obrigado a organizar sob sua direção e ônus a retirada do mercado de lote de produto condenado para consumo.

Art. 61 - Todas as instalações e equipamentos devem ser mantidos em condições de higiene antes, durante e após a elaboração dos produtos.

Art. 62 - Os pisos e paredes, assim como os equipamentos e utensílios usados na elaboração dos produtos, devem ser lavados rotineiramente e higienizados com produtos liberados pelas autoridades competentes.

Art. 63 - As instalações devem ser mantidas livres de insetos e animais, agindo-se cautelosamente no emprego de venenos, cujo uso é restrito nas instalações não destinadas a recebimento, obtenção e depósito de matéria-prima e ingredientes, elaboração, acondicionamento e armazenamento de produto.

Art. 64 - Nas instalações de recebimento e armazenamento de matéria-prima e ingredientes, elaboração, acondicionamento e armazenamento devem ser observados os preceitos básicos de higiene, não sendo permitido o depósito de objetos e materiais estranhos ou a guarda de produtos que possam contaminar o destilado.

Art. 65 - As instalações devem ter suficiente estoque de desinfetantes apropriados para uso na higienização das instalações e equipamentos, recipientes e utensílios.

SEÇÃO II  
Da Higiene das Pessoas

Art. 66 - Todos os profissionais do estabelecimento produtor farão exame de saúde, anualmente ou quando exigido pelas autoridades de saúde pública e de defesa agropecuária.

Art. 67 - As pessoas afetadas por doença infecto-contagiosa ou repugnante serão imediatamente afastadas do trabalho e o fato comunicado ao órgão local de saúde pública.

Art. 68 - O pessoal das áreas de manipulação e preparação de matérias-primas e produtos acabados devem lavar as mãos sempre que necessário e em cada retomada do trabalho, ou em caso de contaminação.

Art. 69 - As pessoas devem ser orientadas para a observância de hábitos higiênicos como manter as unhas aparadas e limpas, usar gorros para evitar a queda de cabelos nos produtos em processo de elaboração e no destilado final, e manter sempre limpas as mãos e os uniformes de trabalho.

## CAPÍTULO VI

### Da Elaboração do Produto Final

Art. 70 - A Cachaça Artesanal de Minas apresentará 5(cinco) tipos diferentes designativos da elaboração do produto final, os quais devem constar obrigatoriamente no rótulo de comercialização, assim denominados:

I - nova: a bebida engarrafada logo após sua extração;

II - descansada: a bebida mantida em descanso em tonel ou barril de madeira por um período de 6(seis) meses;

III - envelhecida: a bebida submetida a processo de envelhecimento em tonel ou barril de madeira, por um período mínimo de 18(dezoito) meses;

IV - matizada: a bebida resultante da harmonização de um mínimo de 50%(cinquenta por cento) de cachaça “envelhecida” com cachaça “nova” ou “descansada”;

V - reserva especial: a bebida resultante do processo de envelhecimento mínimo de 36(trinta e seis) meses em tonel ou barril de madeira.

Art. 71 - Admite-se a standardização da cachaça, desde que sejam utilizados no processamento somente destilados elaborados na forma estabelecida neste Decreto, produzidos em uma mesma região demarcada, e que conste no rótulo o termo “produto standardizado”.

Art. 72 - É permitida a infusão da Cachaça Artesanal de Minas com madeiras, ervas, raízes ou frutos, ou com seus extratos naturais, desde que especificados, no rótulo, os componentes utilizados, resguardado o sigilo industrial e vedada a utilização de qualquer substância artificial.

## CAPÍTULO VII

### Da Inspeção e Fiscalização

#### SEÇÃO I

#### Das Atividades de Inspeção e Fiscalização

Art. 73 - As ações de inspeção e fiscalização se efetivarão em caráter permanente e constituirão atividade de rotina.

Parágrafo único - Quando solicitadas pelo Órgão Fiscalizador, os estabelecimentos deverão prestar informações, apresentar ou entregar documentos nos prazos fixados, a fim de não obstem as ações de inspeção e de fiscalização.

Art. 74 - As atividades administrativas relacionadas com a produção da Cachaça Artesanal de Minas são entendidas como:

I - controle: é a verificação administrativa da produção, industrialização, manipulação, circulação e comercialização da bebida;

II - inspeção: é o acompanhamento das fases de produção e manipulação, sob os aspectos conceituais, tecnológicos e sanitários da bebida;

III - fiscalização: é a ação direta do poder público para verificação o cumprimento da lei;

IV - análise fiscal: é o procedimento laboratorial para identificar ocorrências de alterações, adulterações, falsificações e fraudes, desde a produção até a comercialização da bebida;

V - análise de registro: é o procedimento laboratorial para confirmar os parâmetros que dizem respeito à veracidade da composição apresentada por ocasião do pedido inicial ou de renovação de registro da bebida;

VI - análise de controle: é o procedimento laboratorial com a finalidade de controlar a industrialização e exportação da bebida;

VII - análise pericial ou perícia de contraprova: é a determinação analítica realizada por peritos, em amostra da bebida, quando da contestação da análise fiscal condenatória;

VIII - análise ou perícia de desempate: é a determinação analítica realizada por perito escolhido de comum acordo, ou, não havendo acordo, designado pela autoridade competente, com a finalidade de dirimir divergência apurada na análise pericial ou perícia de contraprova.

Art. 75 - A inspeção e fiscalização, exercidas por agentes inspetores e fiscais, obedecerão às normas estabelecidas neste Decreto e outras que vierem a ser estabelecidas.

Art. 76 - Inspeção e fiscalização são atos de examinar os padrões de processo e produto a higiene das pessoas e das instalações e equipamentos e os padrões físico-químicos e microbiológicos no recebimento, obtenção e depósito de matéria-prima e ingredientes, assim como durante as fases de elaboração, acondicionamento, armazenamento e rotulagem da Cachaça Artesanal de Minas.

Art. 77 - Constituem, também, ações de inspeção e fiscalização as auditorias necessárias à verificação de conformidade levadas a efeito nos estabelecimentos abrangidos por este Decreto, que venham a adotar o sistema de identificação de perigos para a segurança da saúde, perda de qualidade e integridade econômica da Cachaça Artesanal de Minas, através da implantação de Programa de Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC).

Parágrafo único - As definições, conceitos, objetivos, campo de aplicação e condições gerais para adoção do sistema previsto no caput deste artigo, bem como para implantação do Programa APPCC, serão fixados em ato administrativo do Órgão Fiscalizador.

Art. 78 - A inspeção e a fiscalização serão exercidas por inspetor credenciado pelo Instituto Mineiro de Agropecuária, nos estabelecimentos de produção, preparação, standardização, acondicionamento, exportação, depósito e firmas atacadistas e varejistas.

Art. 79 - O exercício da inspeção e fiscalização caberá a profissional de escolaridade superior, na sua respectiva área de competência, podendo o mesmo dispor de auxiliar devidamente capacitado.

Art. 80 - As prerrogativas e as atribuições específicas do inspetor no exercício de suas funções são as seguintes:

- I - dispor de livre acesso nos estabelecimentos abrangidos por este Decreto;
- II - colher amostras para análises de controle e fiscal, lavrando o respectivo termo;
- III - realizar visitas rotineiras de inspeção e vistoria para apuração da prática de infrações, ou de eventos que tornem a Cachaça Artesanal de Minas passível de alteração, e verificar a adequação das instalações, equipamentos e processos de produção, lavrando os respectivos termos;
- IV - verificar a procedência e as condições do produto quando exposto à venda;
- V - proceder à apreensão de produto, matéria-prima, ingrediente ou de qualquer substância encontrados no estabelecimento com inobservância deste Decreto, principalmente no caso de indício de fraude, falsificação, alteração, deterioração ou perigo à saúde humana, lavrando o respectivo termo;
- VI - proceder à apreensão de rótulos que contenham as expressões Cachaça Artesanal de Minas e Certificação de Controle de Origem no caso de infrações previstas no inciso V;
- VII - lavrar ato de infração para início do processo administrativo previsto neste Decreto;
- VIII - requisitar auxílio de autoridade policial no caso de recusa ou embaraço ao desempenho de suas funções.

Art. 81 - Entende-se como propositalmente alterada a bebida, matéria prima ou ingrediente que:

- I - tiver sido adicionado de substância modificativa de sua composição, natureza e qualidade, ou que provoque a sua deterioração;
- II - contiver aditivo não previsto neste Decreto;
- III - tiver seus componentes, total ou parcialmente, substituídos;
- IV - tenha sido aromatizada, colorida ou adicionada de substância estranha, destinada a ocultar defeito ou aparentar qualidade superior à real;
- V - induzir a erro quanto à origem, natureza, qualidade, composição e característica própria;
- VI - apresentar a composição e demais especificações diferentes das mencionadas no registro e no rótulo, observadas as tolerâncias previstas nos padrões de identidade e qualidade;
- VII - tiver sido modificada na sua composição sem a prévia autorização do órgão Fiscalizador.

Art. 82 - Entende-se como acidentalmente alterada a bebida que tiver seus caracteres organolépticos, físicos, químicos ou biológicos modificados por causas naturais.

## SEÇÃO II

### Dos Documentos de Inspeção e Fiscalização

Art. 83 - Os documentos de inspeção e fiscalização serão estabelecidos pelo Órgão Fiscalizador.

## SEÇÃO III

### Das Análises Fiscal e de Controle

Art. 84 - Nas análises fiscal e de controle serão utilizados os critérios, procedimentos e prazos estabelecidos e regulamentados pelo Órgão Fiscalizador.

## SEÇÃO IV

### Das Infrações e de sua Classificação

Art. 85 - Constituem infrações, além das previstas na legislação federal, as seguintes:

I - adulterar, falsificar ou fraudar a Cachaça Artesanal de Minas, sua matéria-prima e ingredientes;

II - produzir, preparar, beneficiar, envasar, acondicionar e rotular a Cachaça Artesanal de Minas em desacordo com as disposições deste Decreto e atos complementares do Conselho Diretor do Pró-Cachaça e do Órgão Fiscalizador;

III - utilizar as chancelas oficiais Cachaça Artesanal de Minas e Certificação de Controle de Origem em bebidas não registradas no Órgão Fiscalizador;

IV - misturar a bebida chancelada como Cachaça Artesanal de Minas com outras não registradas no Órgão Fiscalizador, ou provenientes de estabelecimentos não registrados no Ministério da Agricultura e Abastecimento ou, ainda, de procedência estranha;

V - toda ação ou omissão que importe em inobservância ou em desobediência ao disposto nas normas legais destinada a preservar a origem, a integridade e a qualidade da Cachaça Artesanal de Minas e a saúde do consumidor.

Art. 86 - As responsabilidades administrativa, civil e penal, pela prática de infrações recairão, também, isolada ou cumulativamente, sobre:

I - o requerente do registro que, por dolo ou culpa, omitir informações ou fornecê-las incorretamente;

II - O técnico responsável quanto à formulação ou composição do produto, do processo produtivo e das condições de estocagem e armazenamento, caso em que o Órgão Fiscalizador notificará ao Conselho Profissional respectivo;

III - todo aquele que incorrer para a prática de infração ou dela tiver vantagem;

IV - o transportador, o comerciante ou armazenador pelo produto que estiver sob sua guarda ou responsabilidade, quando desconhecida sua procedência.

Parágrafo único - A responsabilidade do produtor, standardizador, envasador, acondicionador e exportador prevalecerá quando a bebida permanecer em vasilhame fechado e inviolado.

Art. 87 - Quando a infração constituir crime ou contravenção, o Órgão Fiscalizador representará junto ao órgão competente para a apuração da responsabilidade penal.

Art. 88 - Quando a infração infringir disposições da legislação federal relativa à produção, preparação, beneficiamento, envasamento, acondicionamento, rotulagem, transporte, armazenamento ou comercialização de bebida destilada, o Órgão Fiscalizador notificará a repartição estadual do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

## SEÇÃO V

### Das Sanções Administrativas

Art. 89 - Sem prejuízo das responsabilidades civil e penal, a infringência a este Decreto sujeita o infrator, isolada ou cumulativamente, às seguintes sanções:

I - advertência: aplicada no caso em que o infrator for primário, não tiver agido com dolo e, ainda, o dano puder ser reparado e a infração não constituir fraude;

II - cancelamento do registro de produto e de estabelecimento de Cachaça Artesanal de Minas, aplicada nos casos de:

a) adulteração, falsificação e fraude da Cachaça Artesanal de Minas e do seu processo produtivo;

b) não cumprimento das recomendações do Órgão Fiscalizador para reparação de infração penalizada com advertência.

Art. 90 - O uso das chancelas oficiais Cachaça Artesanal de Minas e Certificação de Controle de Origem por estabelecimentos não registrados no Órgão Fiscalizador constitui crime.

## SEÇÃO VI Da Apreensão

Art. 91 - Caberá a apreensão de bebida, ingrediente, vasilhame ou rótulo quando ocorrerem indícios de adulteração, falsificação, fraude ou inobservância ao disposto neste Decreto e nos atos complementares do Conselho Diretor do Pró-Cachaça e do Instituto Mineiro de Agropecuária.

Art. 92 - Proceder-se-á, ainda, à apreensão da bebida, em depósito, armazens, firmas atacadistas e varejistas e exportador, de cujo rótulo constar as chancelas oficiais Cachaça Artesanal de Minas e Certificação de Origem Controlada em desacordo com o disposto neste Decreto.

Art. 93 - O produto apreendido ficará sob a guarda do responsável legal, nomeado fiel depositário, sendo proibida a sua substituição, subtração ou remoção, total ou parcialmente.

§ 1º - Em caso de comprovada necessidade, o produto poderá ser removido para outro local, a critério do Órgão Fiscalizador.

§ 2º - Do produto apreendido será colhida amostra para análise, de cujo resultado será dado conhecimento ao responsável legal.

Art. 94 - A apreensão de que trata os artigos anteriores não poderá exceder 45(quarenta e cinco) dias a contar da data da lavratura do termo de apreensão.

Art. 95 - Não procedente a apreensão, após a apuração administrativa, far-se-á a imediata devolução do produto.

Art. 96 - A recusa injustificada de responsável legal de estabelecimento, detentor de produto objeto de apreensão, ao encargo de fiel depositário, caracteriza embaraço à ação da fiscalização, sujeitando-o às sanções legalmente estabelecidas, devendo neste caso ser lavrado auto de infração.

## SEÇÃO VII Da Apuração de Infração e do Recurso Administrativo

Art. 97 - O Órgão Fiscalizador, ao tomar conhecimento, por qualquer meio, da ocorrência de infração, é obrigado a promover sua imediata apuração, através de processo administrativo próprio, sob pena de responsabilidade.

Art. 98 - A infringência às disposições deste Decreto e dos atos complementares será apurada em regular processo administrativo, iniciado com a lavratura do auto de infração, observados procedimentos, ritos e prazos fixados pelo órgão Fiscalizador.

Art. 99 - Da decisão do Órgão Fiscalizador, cabe recurso ao Conselho Diretor do Pró-Cachaça, no prazo de 20(vinte) dias, a contar do recebimento da notificação.

Art. 100 - O recurso previsto no artigo anterior será dirigido ao Presidente do Conselho Diretor do Pró-Cachaça, por intermédio do Órgão Fiscalizador, o qual, juntando-o aos autos do processo, fará o seu encaminhamento, no prazo de 15(quinze) dias, devidamente informado.

Parágrafo único - A autoridade julgadora deverá declarar se o recurso é recebido no efeito devolutivo, ou suspensivo, ou em ambos.

Art. 101 - De posse do recurso, o Presidente do Conselho Diretor do Pró-Cachaça nomeará, entre os conselheiros, o relator que terá prazo de 15(quinze) dias para lavrar o seu parecer e entregá-lo ao Presidente do Conselho Diretor.

Art. 102 - A decisão de segunda instância será proferida dentro de 30(trinta) dias, contado do recebimento do recurso, sob pena de responsabilidade.

## SEÇÃO VIII Da Execução das Sanções

Art. 103 - As sanções decorrentes da aplicação deste Decreto serão executadas na forma estabelecida pelo Órgão Fiscalizador.

## CAPÍTULO VIII Das Disposições Finais e Transitórias

Art. 104 - O Conselho Diretor do Pró-Cachaça poderá, ainda, em atos complementares, fixar:

I - as exigências, os critérios e os procedimentos a serem utilizados:

- a) na padronização, na classificação e no registro da Cachaça Artesanal de Minas;
- b) na classificação e registro de estabelecimento da bebida;
- c) na inspeção, fiscalização e controle da produção, industrialização e manipulação da bebida;
- d) na análise laboratorial;
- e) na demarcação de origem e na certificação de origem controlada.

II - a complementação dos padrões de identidade e qualidade da Cachaça Artesanal de Minas;

III - os meios de conservação da bebida;

IV - os requisitos para o envelhecimento da Cachaça Artesanal de Minas.

Art. 105 - Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Palácio da Liberdade, em Belo Horizonte, aos 05 de junho de 2002.

ITAMAR FRANCO

Henrique Eduardo Ferreira Hargreaves

José Pedro Rodrigues de Oliveira

Paulino Cícero de Vasconcellos

## ANEXO I

(a que se refere o artigo 33, inciso VII, do Decreto nº 42.644 de 05 de junho de 2002)

COMPOSIÇÃO FÍSICO-QUÍMICA DA CACHAÇA ARTESANAL DE MINAS

| Elementos                            | Unidade                       | Limites  |          |
|--------------------------------------|-------------------------------|----------|----------|
|                                      |                               | Mínimo   | Máximo   |
| 1. ELEMENTOS QUÍMICOS                |                               |          |          |
| 1.1 Cobre                            | miligrama/litro               |          | 5,00     |
| 1.2 Acidez volátil em ácido acético  |                               |          | 0,150    |
| 1.3 Ésteres em acetato de etila      | grama/100 ml                  |          | 0,200    |
| 1.4 Aldeídos em aldeído acético      | De álcoos anidro              |          | 0.030    |
| 1.5 Álcoois superiores               |                               |          | 0,300    |
| 1.6 Furfural                         | Mililitro/100 ml              |          | 0,005    |
| 1.7 Metanol                          | De álcool anidro              |          | 0,010    |
| 1.8 Soma dos componentes secundários | Grama/100 ml de álcool anidro | 0,200    | 0,650    |
| 2. ELEMENTOS FÍSICOS                 |                               |          |          |
| 2.1 Partículas em suspensão          |                               | Ausentes | Ausentes |
| 2.2 Extrato seco                     | Grama/litro                   |          | 6,0      |

ANEXO II

(a que se refere o artigo 11 do Decreto nº 42.644, de 05 de junho de 2002)

CÓDIGO DE REGIÃO DEMARCADA

| Mesorregião         | Cod | Microregião/Municípios  |                       |                       |
|---------------------|-----|-------------------------|-----------------------|-----------------------|
| CAMPO DAS VERTENTES | A01 | BARBACENA               |                       |                       |
|                     |     | Alfredo Vasconcelos     | Capela Nova           | Ibertioga             |
|                     |     | Antonio Carlos          | Caranaíba             | Ressaquinha           |
|                     |     | Barbacena               | Carandaí              | S. Bárbara do Tugúrio |
|                     |     | Barroso                 | Desterro do Melo      | Senhora dos Remédios  |
|                     | A02 | LAVRAS                  |                       |                       |
|                     |     | Carrancas               | Itumirim              | Luminárias            |
|                     |     | Ijaci                   | Itutinga              | Nepomuceno            |
|                     |     | Ingaí                   | Lavras                | Ribeirão Vermelho     |
|                     | A03 | SÃO JOÃO DEL REI        |                       |                       |
|                     |     | Cons. Da Barra de Minas | Nazareno              | Santana do Garambeú   |
|                     |     | Coronel Xavier Chaves   | Piedade do Rio Grande | São João del Rei      |
|                     |     |                         |                       |                       |

|                  |     |                          |                       |                          |
|------------------|-----|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
|                  |     | Dores de Campos          | Prados                | São Tiago                |
|                  |     | Lagoa Dourada            | Resende Costa         | Tiradentes               |
| CENTRAL MINEIRA  | B01 | BOM DESPACHO             |                       |                          |
|                  |     | Araújos                  | Japaraíba             | Martinho Campos          |
|                  |     | Bom Despacho             | Lagoa da Prata        | Moema                    |
|                  |     | Dores do Indaiá          | Leandro Ferreira      | Quartel Geral            |
|                  |     | Estrela do Indaiá        | Luz                   | Serra da Saudade         |
|                  | B02 | CURVELO                  |                       |                          |
|                  |     | Augusto de Lima          | Felixlândia           | Morro da Graça           |
|                  |     | Buenópolis               | Inimutaba             | Presidente Juscelino     |
|                  |     | Corinto                  | Joaquim Felício       | Santo Hipólito           |
|                  |     | Curvelo                  | Monjolos              |                          |
|                  | B03 | TRÊS MARIAS              |                       |                          |
|                  |     | Abaeté                   | Morada Nova de Minas  | Três Marias              |
|                  |     | Biquinhas                | Paineiras             |                          |
|                  |     | Cetro do Abaeté          | Pompéu                |                          |
| JEQUITINHONHA    | C01 | ALMENARA                 |                       |                          |
|                  |     | Almenara                 | Jequitinhonha         | Rio do Prado             |
|                  |     | Bandeira                 | Joáima                | Rubim                    |
|                  |     | Divisópolis              | Jordânia              | Salto da Divisa          |
|                  |     | Felisburgo               | Mata Verde            | Santa Maria do Salto     |
|                  |     | Jacinto                  | Palmópolis            | Santo Antonio do Jacinto |
|                  | C02 | ARAÇUAÍ                  |                       |                          |
|                  |     | Araçuaí                  | Itinga                | Virgem da Lapa           |
|                  |     | Caraí                    | Novo Cruzeiro         |                          |
|                  |     | Coronel Murta            | Padre Paraíso         |                          |
|                  | C03 | CAPELINHA                |                       |                          |
|                  |     | Berilo                   | Chapada do Norte      | Minas Novas              |
|                  |     | Capelinha                | Francisco Badaró      | Turmalina                |
|                  |     | Carbonita                | Itamarandiba          |                          |
|                  | C04 | DIAMANTINA               |                       |                          |
|                  |     | Couto Magalhães de Minas | Felício dos Santos    | São Gonçalo do Rio Preto |
|                  |     | Datas                    | Gouvêa                | Sen. Modestino Gonçalves |
|                  |     | Diamantina               | Presidente Kubitschek |                          |
|                  | C05 | PEDRA AZUL               |                       |                          |
|                  |     | Cachoeira do Pajeú       | Itaobim               | Pedra Azul               |
|                  |     | Comercinho               | Medina                |                          |
| METROPOLITANA DE | D01 | BELO HORIZONTE           |                       |                          |

|                |     |                          |                          |                           |
|----------------|-----|--------------------------|--------------------------|---------------------------|
| BELO HORIZONTE |     |                          |                          |                           |
|                |     | Belo Horizonte           | Igarapé                  | Ribeirão das Neves        |
|                |     | Betim                    | Juatuba                  | Rio Acima                 |
|                |     | Brumadinho               | Lagoa Santa              | Sabará                    |
|                |     | Caeté                    | Mateus Leme              | Santa Luzia               |
|                |     | Contagem                 | Nova Lima                | São José da Lapa          |
|                |     | Esmeraldas               | Pedro Leopoldo           | Vespasiano                |
|                |     | Ibirité                  | Raposos                  |                           |
|                | D02 | CONCEIÇÃO DO MATO DENTRO |                          |                           |
|                |     | Alvorada de Minas        | Morro do Pilar           | S. Antonio do Rio Preto   |
|                |     | Conceição do Mato Dentro | Passabem                 | Serra Azul de Minas       |
|                |     | Conceição do Norte       | Rio Vermelho             | Serro                     |
|                |     | Dom Joaquim              | Santo Antonio do Itambé  |                           |
|                |     | Itambé do Mato Dentro    | S. Antonio do Rio Abaixo |                           |
|                | DO3 | CONSELHEIRO LAFAIETE     |                          |                           |
|                |     | Casa Grande              | Cristiano Otoni          | Ouro Branco               |
|                |     | Catas Altas da Noruega   | Desterro de Entre Rios   | Queluzita                 |
|                |     | Congonhas                | Entre Rios de Minas      | Santana dos Montes        |
|                |     | Conselheiro Lafaiete     | Itaverava                | São Brás do Suaçuí        |
|                | D04 | ITABIRA                  |                          |                           |
|                |     | Alvinópolis              | Itabira                  | Santa Maria de Itabira    |
|                |     | Barão de Cocais          | João Monlevade           | São Domingos do Prata     |
|                |     | Bela Vista de Minas      | Nova Era                 | São Gonçalo do Rio Abaixo |
|                |     | Bom Jesus do Amparo      | Nova União               | São José do Goiabal       |
|                |     | Dionísio                 | Rio Piracicaba           | Taquaraçu de Minas        |
|                |     | Ferros                   | Santa Bárbara            |                           |
|                | D05 | ITAGUARA                 |                          |                           |
|                |     | Belo Vale                | Itaguara                 | Moeda                     |
|                |     | Bonfim                   | Itatiaiuçu               | Piedade dos Gerais        |
|                |     | Crucilândia              | Jeceaba                  | Rio Manso                 |
|                | D06 | OURO PRETO               |                          |                           |
|                |     | Diogo de Vasconcelos     | Mariana                  | Ouro Preto                |
|                |     | Itabirito                |                          |                           |
|                | D07 | PARÁ DE MINAS            |                          |                           |

|                   |     |                       |                     |                         |
|-------------------|-----|-----------------------|---------------------|-------------------------|
|                   |     | Florestal             | Pará de Minas       | São José da Varginha    |
|                   |     | Onça do Pitangui      | Pitangui            |                         |
|                   | D08 | SETE LAGOAS           |                     |                         |
|                   |     | Araçai                | Funilândia          | Paraopeba               |
|                   |     | Baldim                | Inhaúma             | Pequi                   |
|                   |     | Cachoeira da Prata    | Jaboticatubas       | Prudente de Moraes      |
|                   |     | Caetanópolis          | Jequitibá           | Santana de Pirapama     |
|                   |     | Capim Branco          | Maravilhas          | Santana do Riacho       |
|                   |     | Cordisburgo           | Matozinhos          | Sete Lagoas             |
|                   |     | Fortuna de Minas      | Papagaios           |                         |
| NOROESTE DE MINAS | E01 | PARACATU              |                     |                         |
|                   |     | Guarda Mor            | Lagoa Grande        | São Gonçalo do Abaeté   |
|                   |     | João Pinheiro         | Paracatu            | Vazante                 |
|                   |     | Lagamar               | Presidente Olegário |                         |
|                   | E02 | UNAÍ                  |                     |                         |
|                   |     | Arinos                | Buritis             | Unaí                    |
|                   |     | Bonfinópolis de Minas | Formosa             |                         |
| NORTE DE MINAS    | F01 | BOCAIÚVA              |                     |                         |
|                   |     | Bocaiúva              | Engenheiro Navarro  | Francisco Dumont        |
|                   | F02 | GRÃO MOGOL            |                     |                         |
|                   |     | Botumirim             | Grão Mogol          | Itacambira              |
|                   |     | Cristália             |                     |                         |
|                   | F03 | JANAÚBA               |                     |                         |
|                   |     | Espinosa              | Mamonas             | Porteirinha             |
|                   |     | Jaíba                 | Mato Verde          | Riacho dos Machados     |
|                   |     | Janaúba               | Monte Azul          |                         |
|                   | F04 | JANUÁRIA              |                     |                         |
|                   |     | Icaraí de Minas       | Manga               | Pedras de Maria da Cruz |
|                   |     | Itacarambi            | Matias Cardoso      | São Francisco           |
|                   |     | Januária              | Montalvânia         | Urucuia                 |
|                   | F05 | MONTES CLAROS         |                     |                         |
|                   |     | Brasília de Minas     | Francisco Sá        | Montes Claros           |
|                   |     | Capitão Enéas         | Juramento           | São João da Ponte       |
|                   |     | Claro dos Poções      | Lontra              | Ubaí                    |
|                   |     | Coração de Jesus      | Mirabela            | Varzelândia             |
|                   | F06 | PIRAPORA              |                     |                         |
|                   |     | Buritzeiro            | Lassance            | São Romão               |
|                   |     |                       |                     |                         |

|                      |     |                     |                        |                         |
|----------------------|-----|---------------------|------------------------|-------------------------|
|                      |     | Ibiaí               | Pirapora               | Várzea da Palma         |
|                      |     | Jequitaiá           | Riachinho              |                         |
|                      |     | Lagoa dos Patos     | Santa Fé de Minas      |                         |
|                      | F07 | SALINAS             |                        |                         |
|                      |     | Águas Vermelhas     | Rubelita               | São João do Paraíso     |
|                      |     | Montezuma           | Salinas                | Taiobeiras              |
|                      |     | Rio Pardo de Minas  |                        |                         |
| OESTE DE MINAS       | G01 | CAMPO BELO          |                        |                         |
|                      |     | Aguanil             | Candeias               | Santana do Jacaré       |
|                      |     | Campo Belo          | Cristais               |                         |
|                      |     | Cana Verde          | Perdões                |                         |
|                      | G02 | DIVINÓPOLIS         |                        |                         |
|                      |     | Carmo do Cajurú     | Igaratinga             | Santo Antonio do Monte  |
|                      |     | Cláudio             | Itaúna                 | São Gonçalo do Pará     |
|                      |     | Conceição do Pará   | Nova Serrana           | São Sebastião do Oeste  |
|                      |     | Divinópolis         | Perdigão               |                         |
|                      | G03 | FORMIGA             |                        |                         |
|                      |     | Arcos               | Itapeçerica            | Pimenta                 |
|                      |     | Camacho             | Pains                  |                         |
|                      |     | Formiga             | Pedra do Indaiá        |                         |
|                      | G04 | OLIVEIRA            |                        |                         |
|                      |     | Bom Sucesso         | Ibituruna              | Piracema                |
|                      |     | Carmo da Mata       | Oliveira               | Santo Antônio do Amparo |
|                      |     | Carmópolis de Minas | Passa Tempo            | São Francisco de Paula  |
|                      | G05 | PIUI                |                        |                         |
|                      |     | Bambui              | Iguatama               | São Roque de Minas      |
|                      |     | Córrego da Prata    | Medeiros               | Tapiraí                 |
|                      |     | Doresópolis         | Piui                   |                         |
| SUL/SUDESTE DE MINAS | H01 | ALFENAS             |                        |                         |
|                      |     | Alfenas             | Carvalhópolis          | Machado                 |
|                      |     | Alterosa            | Conceição da Aparecida | Paraguaçu               |
|                      |     | Areado              | Divisa Nova            | Poço Fundo              |
|                      |     | Carmo do Rio Claro  | Fama                   | Serrania                |
|                      | H02 | ANDRELÂNDIA         |                        |                         |
|                      |     | Airuoca             | Carvalhos              | São Vicente de Minas    |
|                      |     | Andrelândia         | Cruzília               | Seritinga               |
|                      |     | Arantina            | Liberdade              | Serranos                |
|                      |     |                     |                        |                         |

|  |     |                       |                           |                            |
|--|-----|-----------------------|---------------------------|----------------------------|
|  |     | Bocaiuva de Minas     | Minduri                   |                            |
|  |     | Bom Jardim de Minas   | Passa Vinte               |                            |
|  | H03 | ITAJUBÁ               |                           |                            |
|  |     | Brasópolis            | Itajubá                   | Piranguinho                |
|  |     | Consolação            | Maria da Fé               | Virgínia                   |
|  |     | Cristina              | Marmelópolis              | Wenceslau Braz             |
|  |     | Delfim Moreira        | Paraisópolis              |                            |
|  |     | Dom Viçoso            | Piranguçu                 |                            |
|  | H04 | PASSOS                |                           |                            |
|  |     | Alpinópolis           | Claraval                  | Passos                     |
|  |     | Bom Jesus da Penha    | Delfinópolis              | Pratápolis                 |
|  |     | Capetinga             | Fortaleza de Minas        | S. João Batista do Glória  |
|  |     | Capitólio             | Ibiraci                   |                            |
|  |     | Cássia                | Itaú de Minas             |                            |
|  | H05 | POÇOS DE CALDAS       |                           |                            |
|  |     | Albertina             | Campestre                 | Ouro Fino                  |
|  |     | Andradas              | Ibitiúra de Minas         | Poços de Caldas            |
|  |     | Bandeira do Sul       | Inconfidentes             | Santa Rita de Caldas       |
|  |     | Botelhos              | Jacutinga                 |                            |
|  |     | Caldas                | Monte Sião                |                            |
|  | H06 | POUSO ALEGRE          |                           |                            |
|  |     | Bom Repouso           | Espírito Santo do Dourado | Pouso Alegre               |
|  |     | Borda da Mata         | Estiva                    | Sapucaí Mirim              |
|  |     | Bueno Brandão         | Extrema                   | Senador Amaral             |
|  |     | Camanducaia           | Gonçalves                 | Senador José Bento         |
|  |     | Cambui                | Ipuiúna                   | Toledo                     |
|  |     | Congonhal             | Itapeva                   |                            |
|  |     | Córrego do Bom Jesus  | Munhoz                    |                            |
|  | H07 | SANTA RITA DO SAPUCAÍ |                           |                            |
|  |     | Cachoeira de Minas    | Heliodora                 | São João da Mata           |
|  |     | Careaçu               | Natércia                  | São José do Alegre         |
|  |     | Conceição das Pedras  | Pedralva                  | S. Sebastião da Bela Vista |
|  |     | Conceição dos Ouros   | Santa Rita do Sapucaí     | Silvianópolis              |
|  |     | Cordislândia          | São Gonçalo do Sapucaí    | Turvolândia                |
|  | H08 | SÃO LOURENÇO          |                           |                            |
|  |     |                       |                           |                            |

|                                  |     |                          |                      |                           |
|----------------------------------|-----|--------------------------|----------------------|---------------------------|
|                                  |     | Alagoa                   | Itamonte             | Pouso Alto                |
|                                  |     | Baependi                 | Itanhandu            | São Lourenço              |
|                                  |     | Cambuquira               | Jesuânia             | S. Sebastião do Rio Verde |
|                                  |     | Carmo de Minas           | Lambari              | Soledade de Minas         |
|                                  |     | Caxambu                  | Olímpio Noronha      |                           |
|                                  |     | Conceição do Rio Verde   | Passa Quatro         |                           |
|                                  | H09 | SÃO SEBASTIÃO DO PARAÍSO |                      |                           |
|                                  |     | Arceburgo                | Jacuí                | São Pedro da União        |
|                                  |     | Cabo Verde               | Monte Belo           | São Sebastião do Paraíso  |
|                                  |     | Guaranésia               | Monte Santo de Minas | São Tomás de Aquino       |
|                                  |     | Guaxupé                  | Muzambinho           |                           |
|                                  |     | Itamogi                  | Nova Resende         |                           |
|                                  | H10 | VARGINHA                 |                      |                           |
|                                  |     | Boa Esperança            | Coqueiral            | Santana da Vargem         |
|                                  |     | Campanha                 | Elói Mendes          | São Bento do Abade        |
|                                  |     | Campo do Meio            | Guapé                | São Thomé das Letras      |
|                                  |     | Campo Gerais             | Illicínia            | Três Pontas               |
|                                  |     | Carmo da Cachoeira       | Monsenhor Paulo      | Varginha                  |
| TRIÂNGULO MINEIRO/ALTO PARANAÍBA | I01 | ARAXÁ                    |                      |                           |
|                                  |     | Araxá                    | Pedrinópolis         | Santa Juliana             |
|                                  |     | Campos Altos             | Perdizes             | Tapira                    |
|                                  |     | Ibiá                     | Pratinha             |                           |
|                                  |     | Nova Ponte               | Sacramento           |                           |
|                                  | I02 | FRUTAL                   |                      |                           |
|                                  |     | Campina Verde            | Frutal               | Pirajuba                  |
|                                  |     | Carneirinho              | Itapagipe            | Planura                   |
|                                  |     | Comendador Gomes         | Iturama              | São Francisco de Sales    |
|                                  |     | Fronteira                | Limeira do Oeste     |                           |
|                                  | I03 | ITUITABA                 |                      |                           |
|                                  |     | Cachoeira Dourada        | Gurinhata            | Ituiutaba                 |
|                                  |     | Capinópolis              | Ipiacu               | Santa Vitória             |
|                                  | I04 | PATOS DE MINAS           |                      |                           |
|                                  |     | Arapuá                   | Matutina             | São Gotardo               |
|                                  |     | Carmo do Paranaíba       | Patos de Minas       | Tiros                     |
|                                  |     | Guimarânia               | Rio Paranaíba        |                           |

|                  |     |                          |                           |                      |
|------------------|-----|--------------------------|---------------------------|----------------------|
|                  |     | Lagoa Formosa            | Santa Rosa da Serra       |                      |
|                  | I05 | PATROCÍNIO               |                           |                      |
|                  |     | Abadia dos<br>Dourados   |                           | Patrocínio           |
|                  |     | Coromandel               | Estrela do Sul            | Romaria              |
|                  |     | Cruzeiro da<br>Fortaleza | Grupiara                  | Serra do Salitre     |
|                  |     | Douradoquara             | Monte Carmelo             | Serra do Salitre     |
|                  | I06 | UBERABA                  |                           |                      |
|                  |     | Água Comprida            | Conceição das<br>Alagoas  | Uberaba              |
|                  |     | Campo Florido            | Conquista                 | Veríssimo            |
|                  | I07 | UBERLÂNDIA               |                           |                      |
|                  |     | Araguari                 | Centralina                | Tupaciguara          |
|                  |     | Araporã                  | Indianópolis              | Uberlândia           |
|                  |     | Canápolis                | Monte Alegre de<br>Minas  |                      |
|                  |     | Cascalho Rico            | Prata                     |                      |
| VALE DO MUCURI   | J01 | NANUQUE                  |                           |                      |
|                  |     | Águas Formosas           | Fronteiras dos Vales      | Serra dos Aimorés    |
|                  |     | Bertópolis               | Machacalis                | Umburatiba           |
|                  |     | Carlos Chagas            | Nanuque                   |                      |
|                  | J02 | TEÓFILO OTONI            |                           |                      |
|                  |     | Ataléia                  | Ladainha                  | Poté                 |
|                  |     | Catui                    | Malacacheta               | Teófilo Otoni        |
|                  |     | Frei Gaspar              | Ouro Verde de Minas       |                      |
|                  |     | Itaipé                   | Pavão                     |                      |
| VALE DO RIO DOCE | K01 | AIMORÉS                  |                           |                      |
|                  |     | Aimorés                  | Ipanema                   | Resplendor           |
|                  |     | Alvarenga                | Itueta                    | Santa Rita do Itueto |
|                  |     | Conceição de<br>Ipanema  | Mutum                     |                      |
|                  |     | Conselheiro Pena         | Pocrane                   |                      |
|                  | K02 | CARATINGA                |                           |                      |
|                  |     | Bom Jesus do Galho       | Iapu                      | São João do Oriente  |
|                  |     | Caratinga                | Inhapim                   | Tarumirim            |
|                  |     | Córrego Novo             | Ipaba                     | Ubaporanga           |
|                  |     | Dom Cavati               | Santa Bárbara do<br>Leste |                      |
|                  |     | Entre Folhas             | Santa Rita de Minas       |                      |
|                  | K03 | GOVERNADOR VALADARES     |                           |                      |
|                  |     | Alpercata                | Galiléia                  | Nova Módica          |
|                  |     | Campanário               | Governador                | Pescador             |

|              |     |                        |                       |                           |
|--------------|-----|------------------------|-----------------------|---------------------------|
|              |     |                        | Valadares             |                           |
|              |     | Capitão Andrade        | Itambacuri            | São Geraldo da Piedade    |
|              |     | Coroaci                | Itaomi                | São José da Safira        |
|              |     | Divino das Laranjeiras | Jampruca              | São José do Divino        |
|              |     | Engenheiro Caldas      | Marilac               | Sobralia                  |
|              |     | Fernandes Tourinho     | Mathias Lobato        | Tumiritinga               |
|              |     | Frei Inocência         | Nacip Raydan          | Virgolândia               |
|              | K04 | GUANHÃES               |                       |                           |
|              |     | Braúnas                | Gonzaga               | Santa Efigênia de Minas   |
|              |     | Carmésia               | Guanhães              | São João Evangelista      |
|              |     | Coluna                 | Materlândia           | Sardoá                    |
|              |     | Divinolândia de Minas  | Paulistas             | Senhora do Porto          |
|              |     | Dores de Guanhães      | Sabinópolis           | Virginópolis              |
|              | K05 | IPATINGA               |                       |                           |
|              |     | Açucena                | Ipatinga              | Mesquita                  |
|              |     | Antonio Dias           | Jaguaraçu             | Santana do Paraíso        |
|              |     | Belo Oriente           | Joanésia              | Timóteo                   |
|              |     | Coronel Fabriciano     | Marliéria             |                           |
|              | K06 | MANTENA                |                       |                           |
|              |     | Central de Minas       | Mantena               | São João do Manteninha    |
|              |     | Itabirinha de Mantena  | Mendes Pimentel       |                           |
|              | K07 | PEÇANHA                |                       |                           |
|              |     | Água Boa               | Santa Maria do Suaçuí | São Pedro do Suaçuí       |
|              |     | Peçanha                | São José do Jacuri    | S. Sebastião do Maranhão  |
| ZONA DA MATA | L01 | CATAGUASES             |                       |                           |
|              |     | Além Paraíba           | Itamarati de Minas    | Recreio                   |
|              |     | Argirita               | Laranjal              | Santana de Cataguases     |
|              |     | Cataguases             | Leopoldina            | S. Antonio do Aventureiro |
|              |     | Dona Euzébia           | Palma                 | Volta Grande              |
|              |     | Estrela Dalva          | Pirapetinga           |                           |
|              | L02 | JUIZ DE FORA           |                       |                           |
|              |     | Aracitaba              | Lima Duarte           | Rio Preto                 |
|              |     | Belmiro Braga          | Mar de Espanha        | Rochedo de Minas          |

|  |     |                        |                       |                         |
|--|-----|------------------------|-----------------------|-------------------------|
|  |     | Bias Fortes            | Maripá de Minas       | S. Rita de Ibitipoca    |
|  |     | Bicas                  | Matias Barbosa        | S. Rita de Jacutinga    |
|  |     | Chácara                | Olaria                | Santana do Deserto      |
|  |     | Chiador                | Oliveira Fortes       | Santos Dumont           |
|  |     | Coronel Pacheco        | Paiva                 | São João Nepomuceno     |
|  |     | Descoberto             | Pedro Teixeira        | Senador Cortes          |
|  |     | Ewbank da Câmara       | Pequeri               | Simão Pereira           |
|  |     | Guarará                | Piau                  |                         |
|  |     | Juiz de Fora           | Rio Novo              |                         |
|  | L03 | MANHUAÇU               |                       |                         |
|  |     | Abre Campo             | Durandé               | Santa Margarida         |
|  |     | Alto Jequitibá         | Lajinha               | Santana do Manhuaçu     |
|  |     | Caparaó                | Manhuaçu              | São João do Manhuaçu    |
|  |     | Caputira               | Manhumirim            | São José do Mantimento  |
|  |     | Chalé                  | Matipó                | Simonésia               |
|  | L04 | MURIAÉ                 |                       |                         |
|  |     | Antonio Prado de Minas | Eugenópolis           | Patrocínio do Muriaé    |
|  |     | Barão de Monte Alto    | Faria Lemos           | Pedra Dourada           |
|  |     | Caiana                 | Fervedouro            | São Francisco do Glória |
|  |     | Carangola              | Miradouro             | Tombos                  |
|  |     | Divino                 | Miraí                 | Vieiras                 |
|  |     | Espera Feliz           | Muriaé                |                         |
|  | L05 | PONTE NOVA             |                       |                         |
|  |     | Acaiaca                | Piedade de Ponte Nova | S. Cruz do Escalvado    |
|  |     | Barra Longa            | Ponte Nova            | S. Pedro dos Ferros     |
|  |     | Dom Silvério           | Raul Soares           | Sericita                |
|  |     | Guaraciaba             | Rio Casca             | Urucânia                |
|  |     | Jequeri                | Rio Doce              |                         |
|  | L06 | UBÁ                    |                       |                         |
|  |     | Astolfo Dutra          | Mercês                | Silveirânia             |
|  |     | Divinésia              | Piraúba               | Tabuleiro               |
|  |     | Dores do Turvo         | Rio Pomba             | Tocantins               |
|  |     | Guarani                | Rodeiro               | Ubá                     |
|  |     | Guidoval               | São Geraldo           | Visconde do Rio Branco  |
|  |     | Guiricema              | Senador Firmino       |                         |
|  |     |                        |                       |                         |

|  |     |                 |               |                      |
|--|-----|-----------------|---------------|----------------------|
|  | L07 | VIÇOSA          |               |                      |
|  |     | Alto Rio Doce   | Coimbra       | Presidente Bernardes |
|  |     | Amparo da Serra | Ervália       | Rio Espera           |
|  |     | Araponga        | Lamim         | São Miguel do Anta   |
|  |     | Brás Pires      | Paula Cândido | Senhora de Oliveira  |
|  |     | Cajuri          | Pedra do Anta | Teixeiras            |
|  |     | Canaã           | Piranga       | Viçosa               |
|  |     | Cipotânea       | Porto Firme   |                      |



**Apêndice 1. Levantamento de dicionários históricos e enciclopédicos [Compilação]**

O levantamento incluiu dicionários históricos e enciclopédicos. Os históricos: *Alimentação e folclore*, de Mário Souto Maior (1998); *Dicionário de História do Brasil* de Antônio Rocha Almeida (1969); *Novo Dicionário de História do Brasil: ilustrado* de Brasil Bandecchi, Leonardo Arroyo e Ubiratan Rosa (1971); *Moderno Dicionário de bolso de História do Brasil – com 90 ilustrações originalíssimas*, de Éverton Florenzano e ilustrações de Edmundo Rodrigues (1964); *Dicionário do Brasil Colonial (1500-1808)*, de Ronaldo Vainfas (2001); *Dicionário Histórico do Brasil – Colônia e Império*, de Angela Viana Botelho e Liana Maria Reis (2002). Nos três primeiros não encontramos o verbete. O dicionário de bolso dizia em sua apresentação que tinha apenas dois tipos de verbetes: grandes fatos marcantes e bibliografias. Claramente, a cachaça não figurava entre coisas marcantes. Procuramos, então, pelo verbete *café*, a fim de verificar se as publicações consideravam itens da alimentação (ainda que não fosse a cachaça) como pontos de partida para estudar o complexo sociocultural de vida na história do Brasil. Escolhemos o café por também ser uma bebida associada a hábitos comensais e que também já foi considerada droga, e por sua notória participação na história política e econômica do país. No primeiro e terceiro também não encontramos *café*, e no segundo o verbete aparece apresentando a origem da bebida, mas nenhuma referência ao papel dela no Brasil. No dicionário de Botelho e Reis aparece uma trajetória breve, apenas mencionando seu uso no escambo de escravos, sua proibição e a posterior taxaço. Os enciclopédicos consultados foram *Novo Dicionário Enciclopédico Ilustrado*, da Formar (Formar, 1973); *Pequeno Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa Ilustrado*, da Abril Cultural (Abril Cultural, 1973); *Dicionário do Folclore Brasileiro*, de Luiz da câmara Cascudo (Cascudo, 1972); e *Novo Dicionário Brasileiro Melhoramentos Ilustrado*, da Melhoramentos (Melhoramentos, 1976). Consultamos ainda um livro organizado a partir de um fichário, que tomou forma de dicionário especializado, *Equipamentos, usos e costumes da Casa Brasileira*, volume *Alimentação*, organizado por Marlene Milan Acayaba e Carlos Alberto Zeron (2000); e um dicionário atual, de grande circulação, a fim de verificar alguma definição, descrição ou indicação que ainda tivesse aparecido nas consultas anteriores. Escolhemos o *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*, de Antônio Houaiss e Mauro Salles Villar (2009).

Os verbetes nos dicionários apresentam coleção organizada de palavras de uma língua, seguidas de sua significação e outras informações disponíveis, tais como usos habituais, usos de domínio técnico, exemplos, sentidos figurados e locuções populares. Essas generalizações e, portanto, atos de pensamento comumente aceitos sobre essa coisa ou fenômeno ou ação nos

interessam enquanto indícios de representações. Além do papel importante de preservação da memória da língua, os dicionários trazem em seus verbetes compilados registros de significados sob um olhar historiográfico de seus autores, salientando certas nuances e/ou reconhecendo protagonismos de certos conteúdos, práticas e fontes. Assim, buscar o verbete *cachaça* implicou na busca pelo que se pensou sobre ela, sua produção e comercialização.

Foram consultados ainda dicionários enciclopédicos, de coleções especializadas e ilustrados, considerando-os fonte de conhecimento histórico, por se caracterizarem como repositório dos elementos que definem “a coisa” ou “o fenômeno” cujas características se buscam compreender, a fim de buscar não só o verbete *cachaça*, como também alguma imagem a ele relacionada. Consideramos a imagem um argumento e também uma escolha, do artista e do organizador de um texto, que a incorpora como um de seus argumentos.

Neles todos, encontramos significado, exemplos, locuções populares e eufemismos muito parecidos. Encontramos, em geral, que o que se entende por *cachaça* é a aguardente obtida pela fermentação e consequente destilação da garapa ou do caldo de cana-de-açúcar. Em alguns se acrescenta informações referentes ao ciclo vegetativo rápido da cana, e ao maquinário e à fabricação baratos. Mas nenhum dos dicionários tinha qualquer ilustração para o verbete *cachaça*. São esses eufemismos, as locuções, os termos populares, o uso medicinal segundo a tradição popular, e os sentidos figurados que encorpam o verbete. Os sinônimos regionalistas também fazem com que o verbete ganhe duas ou até seis páginas em alguns desses dicionários. Por vezes, inclusive, com a mesma palavra ou expressão na categoria diferente.