



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE ESTUDOS DA LINGUAGEM
LABORATÓRIO DE ESTUDOS AVANÇADOS EM JORNALISMO**

ANA PAULA PALAZI

**PERCEPÇÃO DA CACHAÇA A PARTIR DE GUIAS, RANKINGS, RÓTULOS E
SELOS DE QUALIDADE**

CAMPINAS

2023

PERCEPÇÃO DA CACHAÇA A PARTIR DE GUIAS, RANKINGS, RÓTULOS E SELOS DE QUALIDADE

Dissertação apresentada ao Instituto de Estudos da Linguagem e Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo, da Universidade Estadual de Campinas, como parte dos requisitos exigidos para obtenção do título de Mestra em Divulgação Científica e Cultural na área de Divulgação Científica e Cultural.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Knobel

ESTE TRABALHO CORRESPONDE À VERSÃO
FINAL DA DISSERTAÇÃO DEFENDIDA PELA
ALUNA ANA PAULA PALAZI E ORIENTADA
PELO PROF. DR. MARCELO KNOBEL.

Campinas,

2023

Ficha catalográfica
Universidade Estadual de Campinas
Biblioteca do Instituto de Estudos da Linguagem
Tiago Pereira Nocera - CRB 8/10468

P173p Palazi, Ana Paula, 1989-
Percepção da cachaça a partir de guias, rankings, rótulos e selos de
qualidade / Ana Paula Palazi. – Campinas, SP : [s.n.], 2023.

Orientador: Marcelo Knobel.
Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de
Estudos da Linguagem.

1. Cachaça. 2. Opinião pública. 3. Pesquisa quantitativa. I. Knobel, Marcelo,
1968-. II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Estudos da
Linguagem. III. Título.

Informações Complementares

Título em outro idioma: The perception of cachaça based on guides, rankings, labels and quality seals.

Palavras-chave em inglês:

Cachaça

Public opinion

Quantitative research

Área de concentração: Divulgação Científica e Cultural

Titulação: Mestra em Divulgação Científica e Cultural

Banca examinadora:

Marcelo Knobel [Orientador]

Germana Fernandes Barata

Maurício Oliveira Santos

Data de defesa: 28-04-2023

Programa de Pós-Graduação: Divulgação Científica e Cultural

Identificação e informações acadêmicas do(a) aluno(a)

- ORCID do autor: <https://orcid.org/0000-0002-4684-9937>

- Currículo Lattes do autor: lattes.cnpq.br/0992511015989584



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE ESTUDOS DA LINGUAGEM
PÓS-GRADUAÇÃO EM DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA E CULTURAL**

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Marcelo Knobel (Unicamp)

Profa. Dra. Germana Fernandes Barata (Unicamp)

Dr. Maurício Oliveira Santos

IEL/UNICAMP, 2023

A Ata da Defesa, assinada pelos membros da Comissão Examinadora, consta no SIGA/Sistema de Fluxo de Dissertação/Tese e na Secretaria do Programa da Unidade;

Para minha amada mãe, Ana Maria, que sempre me apoiou em meus sonhos e se doou para me ver formada, e querida avó Lourdes, minha maior fã, que não pode frequentar o banco de uma escola. Vocês partiram muito cedo.

Eterno amor e gratidão, minhas conquistas também são suas!

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Unicamp, por meio do Instituto de Estudos da Linguagem e do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo Científico, pela oportunidade de dedicar-me ao estudo do tema de Divulgação Científica e Cultural da cachaça sobre o qual trata esta dissertação. Tive a felicidade profissional e pessoal de trabalhar com entrevistas a grandes nomes da cachaça que, direta ou indiretamente, contribuíram para o resultado deste trabalho. Nesse sentido, agradeço ao Mapa da Cachaça sob cuja colaboração tive o privilégio de disseminar essa pesquisa e meu orientador que tão pacientemente acompanhou o amadurecimento do estudo. Quero agradecer também a meus amigos: Sarah, que possibilitou meu encontro jornalístico com a cachaça; Erica, que forneceu os meios para que a ideia de juntar cachaça e Divulgação Científica e Cultural se tornasse real; Karen, que revisou o projeto inicial com atenção e carinho; Allison, que tão gentilmente cedeu livros e tempo para me motivar a seguir em frente; e também Rosali, que me lembrou por muitas vezes os motivos que me trouxeram até aqui. Registro um agradecimento especial ao meu companheiro Giovanni, que acolheu minhas angústias e abdicou de passeios e viagens para me apoiar e continua me incentivando em meus estudos. E, por fim, à banca examinadora que melhorou muito a minha compreensão dos processos acompanhados neste trabalho.

RESUMO

A cachaça ocupa um lugar privilegiado que poucos produtos do país usufruem. A bebida se parece genuinamente brasileira e é reconhecida oficialmente como o destilado do Brasil. O alinhamento do Estado com a cachaça no início do século lançou as bases para uma mudança da reputação da bebida no mercado doméstico e internacional. A relação entre a evolução do status, mudanças políticas e a formalização do mercado levou a criação de um novo conjunto de acessórios associados ao consumo da cachaça e autoridades de legitimação que são validadas pela ciência. Este trabalho analisa, a partir de documentos, da literatura científica e de uma pesquisa quantitativa, de que forma os diferentes indicadores de qualidade para a cachaça se consolidaram, como são elaborados e qual a percepção que consumidores, produtores, especialistas e comerciantes de cachaça têm deles. O estudo se desenvolveu enquanto eram analisadas as propostas de mudanças no Padrão de Identidade e Qualidade (PIQ) da cachaça, que se consolidaram no novo marco legal da cachaça. Os resultados desta pesquisa evidenciam que pessoas de classe média alta associam ciência e tecnologia a maior qualidade da bebida e são favoráveis a mais investimentos e divulgação neste campo. Os entrevistados consideram a falta de informação e de comunicação como o ponto fraco do destilado nacional, acreditam que exista um desequilíbrio de acesso a selos indicadores de qualidade, apresentam maior desconfiança de rankings de cachaça e tendem a consultar mais sites especializados na bebida, mas demonstram um baixo interesse por conteúdos ligados a questões regulamentares. Se as mudanças impactam na produção e rotulagem da cachaça, apesar de especialistas e produtores afirmarem que não afetam diretamente o consumidor final, interferem no campo cultural da cachaça.

Palavras-chave: cachaça, indicadores de qualidade, percepção pública.

ABSTRACT

The cachaça occupies a privileged position where a few products of the country are utilized. The drink appears genuinely Brazilian and is officially recognized as a Brazilian spirit. The involvement of the State with cachaça at the beginning of the century started the foundations of a change of reputation of the drink in the domestic and international market. The relations between evolution of status, political changes and a formalization of the market created a new union of associated accessories to consume the cachaça and authorities legitimize and be validated by science. This work analyzes, based on documents, scientific literature and quantitative research, how the different quality indicators for cachaça were consolidated, how they are elaborated and what is the perception that consumers, producers, specialists and cachaça traders have they. The study was developed while the proposals for changes in the Identity and quality standard for cachaça were considered, which were consolidated in the new legal framework for cachaça. The results of this research show that people from the upper middle class associate science and technology with the highest quality of the drink and are waiting for more investments and dissemination in this field. The interviewees consider the lack of information and communication as the weak point of the national distillate, believe that there is an imbalance in access to quality indicator seals, show greater distrust of cachaça classifications and seek to consult more sites specialized in the drink, but show a low interest in content related to regulatory issues. If the changes impact on the production and labeling of cachaça, despite specialists and producers stating that they do not directly impact the final consumer, they interfere in the cultural field of cachaça.

Keywords: cachaça, quality indicators, public perceptions.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Processo de produção da cachaça	41
Figura 2 – Rótulos das cachaças mineiras produzidas no Engenho Boa Vista.	62
Figura 3 – Cachaça Ypióca	73
Figura 4 – Tipos de signos distintivos de marca	75
Figura 5 – Selos de Indicação Geográficas do Brasil.....	78
Figura 6 – Selos de Indicação de Procedência de cachaças	79
Figura 7 – Mapa dos signos distintivos registrados e produtos potenciais em cachaça.	81
Figura 8 – Novas etiquetas de Indicação de Conformidade atualizadas em 2021.	83
Figura 9 – Selo de produto orgânico renovado	85
Figura 10 Exemplos de medalhas de concursos internacionais de destilados.....	90
Figura 11 – Exposição de medalhas	91
Figura 12 – Selo Ranking Cúpula da Cachaça.....	92
Figura 14 – Nível de concordância dos entrevistados para a afirmação “As pessoas não gostam de cachaça porque ...” – Brasil/2022.....	110

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – A cachaça é uma bebida tradicional brasileira.	155
Quadro 2 – A cachaça representa a cultura e o povo brasileiro	155
Quadro 3 – A qualidade da cachaça tem melhorado	156
Quadro 4 – Qualidade comparável à de destilados importados	156
Quadro 5 – Existe tecnologia e inovação na produção de cachaça	156
Quadro 6 – As pessoas compreendem os processos que conferem qualidade se bem explicados	157
Quadro 7 – Deveria existir mais pesquisas relacionadas com cachaça	157
Quadro 8 – A aceitação seria diferente se as pessoas entendessem melhor os processos que conferem qualidade	158
Quadro 9 – Pesquisas melhoram a qualidade da cachaça	158
Quadro 10 – Pesquisas favorecem apenas grandes produtores	158
Quadro 11 – Pesquisas precisam de maior divulgação	159
Quadro 12 – Pesquisas prejudicam cultura da cachaça	159

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – A palavra cachaça em dicionários de língua portuguesa.....	37
Tabela 2 – Diferenças atuais entre cachaça e rum.....	40
Tabela 3 – Denominações das aguardentes de cana, melão e cachaça no Brasil, segundo decretos....	51
Tabela 4 – Comparativo entre principais dispositivos legais (PIQ Cachaça).	57
Tabela 5 – Ranking Cúpula da Cachaça em números	93
Tabela 6 – Atributos indicadores de qualidade avaliados no estudo.....	96
Tabela 7 – Cor ou raça por categoria – Brasil/2022.....	100
Tabela 8 – Sexo por categoria – Brasil/2022.	101
Tabela 9 – Renda mensal por categoria – Brasil/2022.....	104
Tabela 10 – Pontos que impactam o avanço da cachaça, enquanto mercadoria, de acordo com os entrevistados.....	111
Tabela 11 – Representação visual das respostas à pergunta "Onde busca informações sobre cachaça?" – Brasil/2022.....	125
Tabela 12 – Busca geral de informações sobre cachaça – Brasil/2022.....	126

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Frequência das categorias	98
Gráfico 2 – Região dos apreciadores da cachaça	99
Gráfico 3 – Região dos apreciadores de cachaça, por categoria	99
Gráfico 4 – Distribuição por idade	101
Gráfico 5 – Faixa etária, por categoria.....	102
Gráfico 6 – Área de formação geral	103
Gráfico 7 – Escolaridade por categoria	103
Gráfico 8 – Percepção da cachaça como bebida tradicional, por categoria	106
Gráfico 9 – Percepção da cachaça como bebida representativa do país, por categoria.....	106
Gráfico 10 – Percepção de melhoria na qualidade da cachaça.....	107
Gráfico 11 – Percepção comparativa da qualidade da cachaça	108
Gráfico 12 – Percepção sobre ausências para a cachaça conquistar mais espaço	112
Gráfico 13 – Opinião sobre aceitação e entendimento.....	113
Gráfico 14 – Opinião sobre selos de qualidade da cachaça emitidos por órgãos públicos	114
Gráfico 15 – Opinião sobre CT&I em cachaça (v. positiva).....	115
Gráfico 16 – Opinião sobre CT&I em cachaça (v. negativa)	116
Gráfico 17 – Opinião sobre favorecimento de pesquisas, por categoria	116
Gráfico 18 – Opinião sobre preservação da cultura da cachaça, por categoria.....	117
Gráfico 19 – Importância conferida aos indicadores de qualidade	118
Gráfico 20 – Opinião sobre rótulos de cachaça e os indicadores de qualidade que comunicam	120
Gráfico 21 – Indicadores de qualidade que deveriam constar nos rótulos de cachaça.....	122
Gráfico 22 – Percepção sobre publicações em listas, guias e rankings de cachaça	124
Gráfico 23 – Conteúdo de cachaça desejado pelos entrevistados	128

LISTA DE SIGLAS

Apex-Brasil	Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos
APACAP	Associação de Produtores e Amigos da Cachaça Artesanal de Paraty
APACERJ	Associação dos Produtores de Cachaça do Estado do Rio de Janeiro
ANPAQ	Associação Nacional dos Produtores e Integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBRAC	Instituto Brasileiro da Cachaça
Inmetro	Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
MAPA	Ministério da Agricultura e Pecuária
OIV	Organização Internacional da Vinha e do Vinho
OMC	Organização Mundial do Comércio
OMPI	Organização Mundial da Propriedade Intelectual
OMS	Organização Mundial da Saúde
SBAC	Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1.	APRESENTAÇÃO.....	16
2.	INTRODUÇÃO	19
2.1.	Problematização.....	19
2.2.	Ampliação das fronteiras da cachaça.....	21
2.3.	Objetivos.....	22
2.3.1.	Objetivo geral.....	23
2.3.2.	Objetivos específicos	23
2.4.	Materiais e métodos	23
2.4.1.	Revisão literária e bibliográfica.....	23
2.4.2.	Coleta de dados e questionário	25
2.4.3.	Amostra e acesso ao questionário	25
2.4.4.	Desenvolvimento do instrumento de pesquisa	26
2.4.5.	Obtenção e precisão das estimativas.....	28
2.5.	Estrutura do trabalho	29
3.	A CACHAÇA.....	30
3.1.	A cachaça brindada por Câmara Cascudo.....	30
3.2.	Destilando a palavra cachaça no tempo.....	32
3.3.	A dicionarização da cachaça	33
3.4.	A invenção da cachaça.....	38
3.5.	Cachaça e economia	42
3.6.	Cachaça e identidade nacional.....	46
3.7.	Os lugares da cachaça na legislação	50
3.8.	Revisando a norma para a nova cachaça.....	55
3.9.	Considerações finais.....	59
4.	INDICADORES DE QUALIDADE	61
4.1.	Cachaça e signos distintivos: a criação de etiquetas de qualidade	61
4.1.1.	As singularidades da cachaça.....	64
4.1.2.	Divulgadores da cachaça	65
4.2.	Cachaça e divulgação científica	66
4.3.	Cachaça e Rotulagem.....	70
4.4.	A marca comercial.....	72
4.5.	Indicações Geográficas: qualidade e propósito vinculados à origem territorial.....	75
4.6.	As Indicações geográficas da cachaça.....	78
4.7.	Selos de certificação: a qualidade medida tecnicamente	82

4.8.	Rankings: a qualidade conquistada e exposta em listas	87
4.9.	Considerações finais.....	93
5.	PERCEPÇÃO DA CACHAÇA: O QUE PENSAM OS APRECIADORES	96
5.1.	Indicadores de qualidade da cachaça investigados	96
5.2.	Caracterização da amostra.....	97
5.2.1.	Ocupação dos entrevistados	98
5.2.2.	Localização geográfica do domicílio	98
5.2.3.	Cor ou raça	100
5.2.4.	Sexo e idade.....	100
5.2.5.	Nível de instrução e área de formação.....	102
5.2.6.	Renda familiar.....	104
5.3.	Análise e discussão dos dados	104
5.3.1.	Percepção da cachaça enquanto símbolo cultural (Eixo 1).....	105
5.3.2.	Imaginário, valoração e atitudes sobre cachaça (Eixo 1).....	108
5.3.3.	O que falta para a cachaça conquistar mais espaço (Eixo 2).....	110
5.3.4.	Percepção sobre selos de qualidade para a cachaça (Eixo 2)	112
5.3.5.	Percepção de Ciência e Tecnologia (C&T) na cachaça (Eixo 3).....	114
5.3.6.	Indicadores de qualidade e sua importância (Eixo 4).....	117
5.3.7.	Mensagem na garrafa: A percepção sobre os indicadores de qualidade nos rótulos de cachaça (Eixo 4)	119
5.3.8.	Mensagem na garrafa: O que deveria ter nos rótulos de cachaça?	121
5.3.9.	Percepção de publicações em listas, guias e rankings de cachaça (Eixo 4)	123
5.3.10.	Interesse e hábitos de informação sobre cachaça (Eixo 5)	124
5.3.11.	Conteúdo desejado (Eixo 5)	128
5.4.	Considerações finais.....	129
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS: SAIDEIRA.....	132
	REFERÊNCIAS	136
	ANEXO A – Intervalo de confiança e margem de erro	155
	ANEXO B – Formulário aplicado na pesquisa.....	160
	ANEXO C – Parecer do Comitê de Ética em Pesquisa	172

1. APRESENTAÇÃO

Este trabalho foi concluído em fevereiro de 2023, depois de dois anos de pesquisas sobre a cachaça, com foco na Divulgação Científica e Cultural, e em particular na promoção do destilado brasileiro como um produto típico. É uma tentativa de sistematizar um recorte da percepção pública da cachaça, a partir da dimensão dos apreciadores e produtores, que tem como eixo de análise as mudanças normativas iniciadas em 2020 e concluídas com a publicação dos novos Padrões de Identidade e Qualidade (PIQ) da cachaça, em dezembro de 2022. A percepção da cachaça enquanto a primeira Indicação Geográfica brasileira e produto que representa a história e cultura do país é examinada a partir da interação de consumidores, produtores, especialistas e comerciantes com os signos distintivos e outros indicadores de qualidade para a cachaça.

O interesse em aprofundar conhecimentos sobre “a mais brasileira das bebidas” remete à minha infância, quando, regularmente, o passeio em família, aos finais de semana, era visitar propriedades rurais no interior de São Paulo, para comprar alimentos frescos, visitar a família ou tomar banhos de cachoeira. As paradas nos alambiques de aguardente eram comuns e indispensáveis ao meu pai. Enquanto ele proseava com o produtor, minha mãe se juntava às outras mulheres no terreiro das casas. Trocavam receitas, falavam de amenidades e da política. As rosquinhas de cachaça, o assado marinado em preparado de aguardente ou as infusões e licores de frutas surgiam com frequência entre os assuntos. Enquanto isso, eu protagonizava passeios no canavial, na moenda e entre os barris de madeira, mais altos e robustos do que uma criança de sete anos. Na época da colheita da cana, o cheiro que exalava dos tanques de fermentação era digno de caretas e narizes torcidos, mas as borbulhas que surgiam na superfície do líquido turvo das enormes painéis de aço inoxidável prendiam minha atenção.

Na época de figos, colhíamos algumas folhas das figueiras que eram lavadas cuidadosamente e ferventadas com açúcar ou simplesmente depositadas nas garrafas para produzir o licor de meus avós maternos. Se havia pés de limão na beira da estrada, parávamos para prover o estoque de suco e drinks para o mês. Na época de jaboticabas, a diversão era trepar nos galhos mais altos para colher os frutos. Na volta para casa, eu acompanhava pacientemente o trabalho do meu pai de depositar os frutos em uma grande garrafa de vidro, completada depois com cachaça e esquecida por meses no depósito de casa, para o consumo doméstico dos adultos. Era uma festa ver a mudança de cor no líquido, meses depois, e até experimentar, às escondidas, um dos frutos embebidos em cachaça.

Memórias que voltaram a fermentar em minha cabeça no início de 2020, quando uma mudança na carreira, após encerramento de um ciclo de dez anos na empresa, na qual fui de estagiária a repórter de rede, fez a cachaça ressurgir na minha história, agora profissionalmente. Como jornalista, já tinha acompanhado eventos e coberto notícias sobre o destilado do Brasil. A história da cachaça azulada de Piracicaba, que teria sido feita para agradecer a família real brasileira; as feiras regionais e os eventos de bases religiosas como o “Fecha Corpo”, de Monte Alegre do Sul, na sexta-feira Santa; ou os engenhos

de Campinas e a escravidão lembradas em efemérides. Mas foi como colaboradora de um site sobre cachaça, que pude conhecer produtores do Brasil inteiro, especialistas e pesquisadores apaixonados pela cachaça. Li livros e artigos. Assisti a palestras e participei de cursos.

Talvez, tenha sido um reflexo do isolamento social, imposto a partir de março de 2020, em função da pandemia do novo coronavírus, que me levou a mergulhar no mundo da cachaça. Mas a cada entrevista, a cada nova informação, ficava mais fascinada com o mundo dessa aguardente de cana. Descobri que a cachaça foi a primeira Indicação Geográfica brasileira e que muitos contos sobre a cachaça são histórias sem fundamento histórico, mas assim como outras pessoas com quem conversava, tinha dificuldades de compreender as distinções entre cachaça e aguardente. Sem falar no termo comum ouvido em minha infância: a pinga.

Eu queria compreender mais sobre como e quando a cachaça passou a representar o povo e a tradição brasileira. Como ela tinha alcançado esse posto de patrimônio do Brasil, destinado a poucos produtos nacionais. As compartilhar minhas descobertas com amigos e conhecidos, percebia uma certa indiferença como resposta. “Você gosta de cachaça?”, perguntavam espantados. “Como você consegue beber cachaça?”, questionavam outros. Era fato, meu círculo de convivência tinha uma percepção diferente da minha sobre esse produto típico e cultural brasileiro.

No âmbito macro, acompanhava o interesse das associações de produtores, comerciantes e *sommeliers* de cachaça em criar um mercado internacional para a bebida, em valorizar o produto dentro e fora do país, e percebia que havia diversas movimentações em curso. A alteração do status da bebida e sua inserção internacional dependia, necessariamente, de modificações no marco geral da cachaça, fosse como meio de garantir a qualidade do produto histórico do país, fosse para superar entraves comerciais que impedem a expansão do comércio da bebida típica do Brasil. Mas, e a ciência, onde se encaixava nisso? Ora, a ciência não apenas está presente na recuperação da história, e na produção e comunicação da bebida – do campo ao copo –, como embasa muitas das mudanças que foram aplicadas ao longo dos anos ou estão em curso (ou ainda em projeto futuro).

Assim, decidi acompanhar o processo de revisão da normativa da cachaça, pela perspectiva da Divulgação Científica e Cultural, pois a alteração do marco legal da cachaça apresentava um potencial para modificar a percepção desse produto em relações capazes de impactar e remodelar, resgatar, adaptar ou imprimir novos significados à cachaça, enquanto um bem simbólico do povo brasileiro. Principalmente, a cachaça de alambique, produzida em grande parte por empresas de pequeno e médio porte, bem como, familiares.

Para minha surpresa como comunicadora, as alterações em curso não tiveram larga repercussão. A pandemia, com certeza, trouxe novas preocupações para a opinião pública, período em que as mudanças sugeridas passaram por consulta pública, foram analisadas e definidas. Não obstante, houve um movimento para que tal discussão não expandisse para além desse universo de produtores, técnicos

e especialistas, com a justificativa de que tal discussão poderia não ser compreendida pelo grande público e atrasaria as mudanças consideradas mais necessárias. Isso me incomodou bastante e, de certa forma, também contribuiu para a decisão de fazer esta pesquisa.

É interessante observar que as alterações ocorridas reforçam o argumento central deste trabalho de que a confiança na cachaça seria melhor se houvesse uma ampla discussão sobre consensos e descobertas científicas, os métodos produtivos nas diferentes regiões, a história e a cultura, para a consolidação da cachaça enquanto produto de alta qualidade para consumo interno e exportação. O mal-estar gerado pela aprovação do novo PIQ da cachaça coloca em risco a manutenção de pequenas destilarias, impondo exigências desnecessárias, e mantém rugas entre produtores de cachaça de coluna e de alambique, o que poderia comprometer a tão aguardada unificação do setor para a promoção da cachaça enquanto marca ou *branding* do Brasil.

Mapear a percepção sobre a cachaça entre pessoas com afinidade com a bebida, o imaginário enquanto patrimônio nacional e o impacto das mudanças, bem como da ciência e tecnologia, podem nos ajudar a compreender como a dinâmica dessas alterações pode afetar a forma como as pessoas se relacionam com a cachaça. Saber quais informações são consideradas mais relevantes pelos diferentes públicos que se relacionam com a cachaça é uma maneira de pensar sobre como as escolhas e decisões são tomadas na hora do consumo. Quanto mais entendermos sobre a influência dos indicadores de qualidade, melhores serão as condições para tomadas de decisão.

2. INTRODUÇÃO

2.1. Problematização

“Toda cachaça é aguardente, mas nem toda aguardente é cachaça”. A frase repetida à exaustão em sites especializados, reportagens e capítulos de livros sobre destilados tenta explicar as regras que separam quais são as bebidas feitas de cana-de-açúcar que podem, ou não, de acordo com o tratamento da matéria-prima e a graduação alcoólica, serem chamadas pelo nome do “destilado típico” do Brasil. Para além do termo oficial, a cachaça tem mais de 3 mil apelidos registrados pelo país, alguns dos quais surgiram da necessidade de burlar proibições dos tempos coloniais¹. Esse pequeno exemplo retrata parte da dificuldade que muitos brasileiros têm de compreender seu próprio patrimônio, mesmo nos dias atuais.

Poucas invenções são tão ligadas à terra, à cultura e à história – bem como à economia – do Brasil quanto a cachaça. O destilado é um objeto nacional com dimensão de mercadoria desde os primeiros ciclos econômicos do Brasil colônia, com a cana-de-açúcar. A criação da cachaça é tratada por diversos autores e historiadores como uma consequência da implantação dos engenhos de açúcar no país, na primeira metade do século XVI. Do trabalho escravo e tráfico de vidas indígenas e negras que abastecia o Reino e depois o Império, à exemplo sustentável na produção de biocombustíveis com o etanol, a cana-de-açúcar passou por vários ciclos, e a cachaça, com maior ou menor destaque, sempre esteve atrelada a eles.

A cachaça é produzida no país há mais de 500 anos e ocupa um lugar privilegiado que poucos produtos nacionais desfrutam: ela se parece com uma bebida genuinamente brasileira e é protegida pelo Estado como tal. Sua invenção data antes do aparecimento da tequila mexicana, do pisco peruano e do rum caribenho. Considerada como o destilado mais antigo das Américas (DA SILVA, 2008; DA SILVA, 2018), embora evidências recentes sugiram que o mezcal, uma bebida mexicana destilada do agave, seja o pioneiro (GOGUITCHAICHVILI *et al.*, 2018).

Isso não significa necessariamente que as características, formas de produção e indicadores de qualidade da cachaça sejam amplamente conhecidos. A bebida feita a partir do mosto fermentado da cana-de-açúcar tem sido um campo de estudo científico recente para pesquisadores das mais diversas áreas, como Vasconcelos (2003), Carneiro (2003), Oliveira (2006) Almeida (2008), Avelar (2009), Castro (2015), Serafim, Pereira-Filho e Franco (2016), Castro (2020), Pereira (2021), Silva Junior, De Oliveira e Triaca (2022), para citar alguns, embora estudos do século XVIII já aprimorassem técnicas de destilação de aguardente (FIORAVANTI, 2021).

¹ Para consultar tais nomes ver os livros *A verdadeira história da cachaça* e *Todos os nomes da cachaça*, de Messias S. Cavalcante (2011a; 2011b) e a dissertação *O léxico da cachaça em Salinas-MG*, de Mauricio Alves de Souza Pereira (2021).

Muito deste trabalho de sistematização da cachaça como uma identidade brasileira e um produto nacional foi iniciado com a publicação da primeira monografia sobre a aguardente de cana, em 1952, pelo folclorista brasileiro Luís da Câmara Cascudo com o título “Prelúdio da Cachaça” (AVELAR, 2010), e que viria a ser lançada como livro em 1968. A partir da década de 1980, a cachaça passa a ser estudada como objeto científico (GERK *et al.*, 2022) em pesquisas e investigações voltadas principalmente para o ramo agrícola e aprimoramento de técnicas produtivas, motivada por um grande processo que redesenhou a produção canavieira no Brasil neste século (PITTA, LEITE; KLUCK, 2020).

Mas foi nos últimos 20 anos, que o destilado brasileiro ganhou maior destaque no campo da investigação cultural e da divulgação científica, tendo sido tema de diversas pesquisas e publicações, algumas das quais citadas nesta dissertação. O período bate com o reconhecimento e inclusão da cachaça em políticas públicas, como um produto tipicamente brasileiro, em 2001, e a criação dos padrões de qualidade, em 2005. Apesar desse crescimento na produção científica, a cachaça como objeto de estudo não se mostra um assunto esgotado.

Paralelamente, várias iniciativas ligadas a pesquisadores, produtores e apreciadores da cachaça foram desenvolvidas nas mais diversas plataformas incluindo filmes para cinema, publicações em revistas, livros, programas de TV, sites na internet, podcast e iniciativas de educação, entre outros. Diversas transmissões ao vivo e cursos de curta duração se multiplicaram na internet com conteúdo que ensinava desde a forma de beber e harmonizar as diferentes cachaças até como produzir e envelhecer o próprio destilado em casa. Já nas universidades, faculdades e centros de pesquisa, pesquisadores tentam identificar novas técnicas que embasem critérios de qualificação, exploram outras visões sobre a história do destilado e tentam compreender o mercado envolvido na produção e distribuição dessa bebida.

A tarefa não é das mais fáceis. A cachaça apresenta uma complexidade que remonta sua criação. A produção de cachaça funda uma das fábricas mais antigas do Brasil junto com o açúcar. Criada à primeira vista para suprir as necessidades da colônia, mas transformada num produto envolvido, desde seu princípio, no comércio internacional. Do ponto de vista produtivo, ela foi sendo alterada ao longo dos anos de acordo com a apropriação popular, embora muito também pelas forças de controle e repressão, depois incentivo produtivo com expansão das lavouras de cana e processos de institucionalização que se impuseram, mirando a qualidade e segurança para o consumidor, mas sempre com o comércio exterior no pano de fundo.

Em seus primórdios a cachaça subsidiava um circuito aparentemente doméstico, costurada como parte das negociações da escravização do trabalho, mas de largo alcance, aparecendo na balança de exportações ligada ao tráfico de vidas negras. Hoje, o objeto cachaça não serve mais para negociações de escambo, mas tem a intenção de continuar associada às *commodities* do açúcar e do setor de energia, numa nova dimensão de negociação pela exportação. E é nesse ambiente, que mobiliza um universo de mais de 412 mil empresas entre pequenos, médios e grandes empreendimentos (GERK *et al.*, 2022), no

qual se opera o movimento de redefinição da cachaça, por mudanças profundas na normatização e assentadas em ciência, que buscam a unificação da bebida enquanto marca brasileira e genuína, para fomentar sua produção como mercadoria agroindustrial destinada ao comércio internacional.

2.2. Ampliação das fronteiras da cachaça

Nos últimos anos, o setor produtivo tem cobrado mudanças na legislação da cachaça - considerada imprecisa, principalmente no que diz respeito à tecnologia usada na produção e às formas de envelhecimento –, o que levou o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) a iniciar, em 2020, o processo de coleta de subsídios para a atualização do marco legal dos Padrões de Identidade e Qualidade (PIQ) da cachaça. As propostas consolidadas foram encaminhadas para discussão na Câmara Setorial da Cachaça, órgão de assessoramento da pasta composto por representantes da cadeia produtiva. A expectativa era de que o processo de revisão da Instrução Normativa nº 13² fosse concluído em 2021, mas só foi consolidado no final de 2022 com a publicação da Portaria Mapa nº 539 de 26 de dezembro de 2022.

Hoje, existem pelo menos duas formas distintas de fabricar cachaça, em aparelhos intermitentes ou contínuos, com diversas configurações (SOUZA *et al.*, 2013) e uma gama com mais de 30 madeiras nativas disponíveis para aplicações de armazenagem e envelhecimento (NOVO, 2020) e outras potenciais em estudo (FARIA *et al.*, 2003; ALCARDE *et al.*, 2010; CASTRO *et al.*, 2015; PALAZI, 2020c; BORTOLETTO *et al.*, 2021; BIAGIONI MAIA, 2021). Os recipientes usados para esse refinamento podem ser barris, dornas ou parol (CÂMARA, 2004). É preciso seguir um tempo estabelecido de descanso para a bebida ser considerada envelhecida e respeitar um tamanho máximo do reservatório (BRASIL, 2022a). Fora as inúmeras possibilidades de mistura de cachaças com o objetivo de criar resultados sensoriais diferentes: os *blends* de cachaça (NOVO, 2011). Além disso, o Brasil possui mais de quatro mil marcas de cachaça (BRASIL, 2022b) com diferentes histórias, métodos de produção e envelhecimentos distintos.

Como se vê, a escolha de uma cachaça qualitativamente vai muito além da marca, preço, cor e rótulo. E nesse processo, existe muita tradição, bem como, ciência e tecnologia aplicada na produção do destilado, que remonta tempos pré-científicos no país (FILGUEIRAS, 1998), desde a definição da cultivar de cana no campo até as formas de servir a bebida à mesa. Informações e curiosidades que, nem sempre, são expostas ou cabem nos rótulos. Esse trabalho parte da ideia de que a falta de referências ou a dificuldade de tais informações atingirem a população são, em parte, responsáveis pela manutenção de uma crença de que a cachaça é ruim, de qualidade inferior quando comparada com outros destilados,

² A IN nº 13, de 29 de junho de 2005, do MAPA estabeleceu em treze tópicos, o regulamento técnico para a fixação dos padrões de identidade, composição química e requisitos de qualidade para aguardentes de cana e cachaça comercializadas em todo o território nacional e destinadas à exportação (BRASIL, 2005).

mostra como o destilado nacional passou por intensos processos de modificação ao longo, principalmente, do último do século, e sofre um momento de virada.

Pesquisas conduzidas no Laboratório de Tecnologia e Qualidade de Bebidas (LTQB), da Universidade de São Paulo (USP) já demonstraram que os marcadores de qualidade química e sensorial encontrados na cachaça podem ser superiores aos de outros destilados como uísque e conhaque (BORTOLETTO, 2016). E recentemente, que o envelhecimento da cachaça pode ser mais intenso do que outros destilados, quando feito em madeira nova, o que mostra um potencial ainda inexplorado do destilado brasileiro frente a outras bebidas (CASTRO *et al.* 2020; GAMA, 2021). Sabendo disso, cabe levantar o problema: a aceitação da cachaça como produto típico, cultural e patrimônio histórico brasileiro seria melhor, ou mesmo diferente, se os brasileiros entendessem mais sobre as descobertas científicas, os métodos produtivos, a história e a cultura envolvidos na produção da cachaça?

Algumas das iniciativas para a valorização e ressignificação da cachaça estão sendo adotadas país afora, como a Publicação das Diretrizes Estratégicas da Cadeia Produtiva da Cachaça para o quinquênio 2021-2025 (MAPA, 2021), e expõem ao debate as novas formas de se pensar o destilado. Outra estratégia, acompanhada neste trabalho, tem sido o lançamento de selos, guias, concursos e rankings de cachaça. Um movimento que valida a “gourmetização” da cachaça, mas está inserido em um negócio articulado, a partir do pano de fundo da revisão do marco legal da cachaça, que busca descrystalizar uma concepção e percepção do destilado enquanto produto de consumo doméstico, para que possa ser enxergado de novas formas, com objetivo principal de um novo movimento de internacionalização da cachaça.

A hipótese deste trabalho é de que além de auxiliar o indivíduo na hora da escolha e promover o reconhecimento do trabalho dos produtores e a valorização do produto, tais instrumentos de marketing e comunicação podem também ser importantes fontes de divulgação da cultura, ciência e conhecimento tradicional engarrafados sob a forma de cachaça.

Pensar a cachaça como uma mercadoria, cuja identidade absorve novos significados à medida que ela atravessa fronteiras, pode nos ajudar a compreender as mudanças em curso em relações que moldam os “campos culturais” (BOURDIEU, 1983). Neste momento, quando o modo de fazer histórico e cultural da cachaça, a propriedade intelectual e o conhecimento científico e teórico são revisitados consolidando o novo marco regulatório da cachaça, essa dissertação propõe um acompanhamento exploratório desse processo com aplicação de um questionário a produtores, consumidores e especialistas em cachaça do país, buscando retratar a situação contemporânea a partir da opinião de quem aprecia cachaça. A expectativa é contribuir para o entendimento sobre os processos atuais que envolvem a percepção e a cultura da cachaça, a partir de guias, rankings, selos e rótulos de cachaça e fornecer um recorte da percepção pública sobre a cachaça.

2.3. Objetivos

2.3.1. Objetivo geral

Contribuir para mapear a percepção sobre a cachaça, bem como o imaginário popular da cachaça, por meio de análise de diversos elementos, como guias, reportagens, rótulos, rankings e selos de qualidade.

2.3.2. Objetivos específicos

I. Compilar informações sobre a literatura científica e cultural, bem como reportagens, que trazem o tema cachaça;

II. Analisar de que forma guias, rótulos, rankings e selos de qualidade para cachaça são elaborados, e como influenciam na escolha do destilado nacional.

III. Identificar os métodos para a produção das listagens, o perfil dos jurados e das bebidas premiadas;

IV. Analisar o impacto dos guias, rótulos, rankings e selos na tomada de decisão de consumidores, na gestão de produtores e nas políticas públicas em cachaça;

V. Verificar se essas peças de comunicação atuam ou promovem a divulgação da ciência e cultura da cachaça.

2.4. Materiais e métodos

2.4.1. Revisão literária e bibliográfica

Esta dissertação contou com uma revisão literária sobre temas ligados à cachaça, a regras para produção e ao registro de uma marca de cachaça, solicitação de certificação ou selo de qualidade e à elaboração de listagens, guias e rankings de cachaça nacionais e internacionais. Em um primeiro momento, foram levantados livros que traziam como tema o folclore, a história, a produção, a circulação ou registros sobre a cachaça. O ponto de partida foi o livro “Prelúdio da Cachaça” [1952] (2006) e “História da Alimentação no Brasil” [1967] (2011), ambos de Luís da Câmara Cascudo, e “Cachaça: Moça Branca” [1951] (2014), de José Calasans, considerados literatura básica para quem se interessa pelo destilado brasileiro.

A partir deles, novas referências foram buscadas, tais como *Cachaça: prazer brasileiro* (2004), *Cachaça, alquimia brasileira* (2005), *Cachaça um amor brasileiro* (2006), *Cachaça: o mais brasileiro dos prazeres* (2018), *A verdadeira história da Cachaça* (2011), *Viagem ao mundo da cachaça* (2011), *Produção de Cachaça de Qualidade* (2013), *Engenho de cana-de-açúcar na Paraíba: por uma sociologia da cachaça* (2014), *Os segredos da cachaça* (2018), “*Cachaça: história, gastronomia e turismo* (2018) entre outros. Ao longo da pesquisa, novos livros foram publicados e adicionados à

revisão, como *A arte do blend na cachaça* (2020), *Mucungo, a história da Cachaça em Paraty* (2021), *200 anos, 200 cachaças: a evolução da cachaça, da independência até os dias de hoje, contada em 200 rótulos* (2022). As datas das publicações mostram que a maioria dos trabalhos sobre cachaça foram divulgados ou relançados (no caso dos livros de Câmara Cascudo e José Calasans) nos últimos anos.

A pesquisa se baseia ainda em trabalhos publicados em periódicos científicos de diversas áreas, monografias, publicações institucionais e jornalísticas que trazem como objeto central a cachaça. Sites especializado em divulgação do destilado brasileiro, como Mapa da Cachaça e Devotos da Cachaça, foram importantes fontes de pesquisa de temas atuais em discussão sobre a qualidade e projeção de qualidade da cachaça. Outros materiais consultados foram páginas e publicações de associações e instituições ligadas à cachaça no país, tais como Associação Nacional dos Produtores e Integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique (ANPAQ), Associação de Produtores e Amigos da Cachaça Artesanal de Paraty (APACAP), Associação dos Produtores de Cachaça do Estado do Rio de Janeiro (APACERJ) e Instituto Brasileiro da Cachaça (IBRAC). Os dados atuais sobre a cachaça foram obtidos junto ao Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e em publicações oficiais, como o Anuário da Cachaça (2019, 2020, 2021 e 2022). Conceitos sobre marcas, propriedade industrial e indicações geográficas provêm principalmente de trabalhos da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI).

Para abordar a cachaça enquanto símbolo do Brasil e do brasileiro foi consultada literatura sobre identidade nacional, sendo mencionados nesta dissertação obras de história e sociologia brasileiras de De Souza (2007) e Ortiz (2012), além do sociólogo britânico-jamaicano Hall (2014). Para entender os significados atuais dedicados à cachaça, sua conceituação e as mudanças no processo de institucionalização, também foram consultados dicionários de época (BLUTEAU, 1712-1728; SILVA [1789], 1823; PINTO, 1832; AULETE, 1881; DE BEAUREPAIRE-ROHAN, 1889; FIGUEIREDO, 1913; FREIRE, 1957; FERREIRA, 1975; HOUAISS, 2001). Para uma visão comparativa, foram buscadas publicações internacionais sobre o processo de institucionalização, normatização e exportação de produtos semelhantes à cachaça, como a tequila, que pudessem apresentar exemplos de processos realizados em outros países.

Dada a movimentação recente no assunto sobre o perfil de qualidade e regulamentação da cachaça, uma das preocupações foi acompanhar transmissões importantes sobre o processo de revisão da normativa da cachaça e a divulgação das novas diretrizes estratégicas do setor. Durante esta pesquisa, pelo menos três eventos foram acompanhados e contribuíram para este trabalho. O encontro “Fórum Cachaça e Aguardente de Cana” (INOVBEV, 2021), o encontro “A arte e a ciência da cachaça na Portaria 339/2021” (ANPAQ, 2022), que apresentaram ideias e discussões de profissionais do setor sobre as alterações regulamentares propostas, e “II Simpósio Brasileiro de Bebidas Destiladas e

Fermentadas” (SIMBBEB, 2022), que congregou pesquisadores e especialistas de diversas áreas, alguns autores mencionados na literatura deste trabalho (como Aline Bortoletto, Jairo Martins da Silva e André Ricardo Alcarde), e tratou sobre tecnologias, metodologias, registro e novas diretrizes da cachaça.

2.4.2. Coleta de dados e questionário

Como parte deste estudo foi aplicado um questionário estruturado a uma amostra de pessoas com alguma ligação com a cachaça (produtores, pessoas envolvidas no setor, especialistas e consumidores do destilado). A pesquisa “Percepção da Cachaça” utilizou a metodologia *survey*³, escolhida devido ao baixo custo, larga escala e rapidez conferidos pelo uso de questionários *on-line*. Enquanto método quantitativo, a técnica de medição de opinião possibilita uma vasta quantidade de dados de um grande número de pessoas (DUARTE; BARROS, 2012) reduzindo as barreiras geográficas. A definição do instrumento de coleta requer ainda que alguns aspectos sejam considerados, em especial, o fato da pesquisa ter sido desenhada durante período em que vigoravam os protocolos de saúde pública no país e medidas adicionais, emergenciais e temporárias com objetivo de minimizar a transmissão e disseminação da COVID-19 nos campi da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

Os aspectos da pesquisa foram avaliados pelo Comitê de Ética em Pesquisa nas Ciências Humanas e Sociais da Unicamp (CEP-CHS), sendo a pesquisa aprovada em novembro de 2021. O questionário foi aplicado aos visitantes cadastrados e não cadastrados do site Mapa da Cachaça, maiores de 18 anos, após aceite no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). O levantamento pela internet foi realizado, entre os meses de fevereiro e abril de 2022, de forma virtual e assíncrona, a partir de um questionário estruturado contendo 30 perguntas. Foram coletadas 285 respostas de pessoas residentes em todas as macrorregiões do Brasil (Norte, Nordeste, Sudeste, Sul e Centro-Oeste), além de brasileiros residentes fora do Brasil. Os achados foram compilados em planilhas eletrônicas, sistematizados e analisados por meio de estatística descritiva.

2.4.3. Amostra e acesso ao questionário

Dentre as características investigadas para definição do universo da pesquisa, foram de interesse, neste estudo, pessoas maiores de 18 anos que já apresentavam alguma relação com a cachaça, sendo buscados perfis para além de apreciadores de cachaça, como nos estudos de Valente *et al.* (2020), Ferreira-Junior (2011) e Carneiro *et al.* (2010). Por conceito de universo de pesquisa, entende-se o

³ “Questionários *survey* são métodos de pesquisa amplamente utilizados em pesquisas de opinião pública, de mercado e, atualmente, em pesquisas sociais que, objetivamente, visam descrever, explicar e/ou explorar características ou variáveis de uma população por meio de uma amostra estatisticamente extraída desse universo. A coleta de dados pode ser realizada via entrevistas pessoais, por telefone, por correio ou mesmo pela internet” (BABBIE apud BENASSI e STRIEDER, 2021, p. 362).

“conjunto de pessoas que possuem características comuns e detêm algum grau de informação sobre o tema a ser explorado” (DUARTE; BARROS, 2012, p. 168).

Para o planejamento amostral foram inicialmente consideradas parcerias com o site especializado Mapa da Cachaça e IBRAC, de forma que fosse possível alcançar uma base de dados confiável de pessoas com interesses em cachaça, cadastradas no site brasileiro, além dos produtores de cachaça com registros cadastrados no MAPA, em 2021, representados pelo IBRAC. Os responsáveis por ambas as instituições demonstraram interesse na divulgação da pesquisa para seus cadastrados e associados, durante conversas ao longo de 2021. A parceria com o IBRAC, no entanto, não se concretizou, devido à ausência de retorno da presidência da instituição em tempo hábil.

O convite para acesso ao formulário da pesquisa foi disparado por correio eletrônico a e-mails pré-cadastrados na conta do site Mapa da Cachaça, pela plataforma de automação *LeadLovers*. O conteúdo do e-mail convite e as artes foram preparados e submetidos pela pesquisadora à plataforma contratada do Mapa da Cachaça. Um link de acesso à pesquisa também foi disponibilizado por quatro semanas em um *banner* aberto, na página inicial do mesmo site, de forma que qualquer visitante, interessado no tema cachaça pudesse participar da pesquisa. O site Mapa da Cachaça é um dos projetos mais antigos – lançado em 2010 – que disponibiliza conteúdos para divulgação da cachaça. É preciso destacar que a pesquisadora atuou como colaboradora na produção de conteúdo no referido site entre 2020 e 2022 e teve acesso indireto aos e-mails e dados de cadastro do site, respeitando a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Por fim, o questionário também foi encaminhado para representantes de Confrarias de Cachaça e grupos temáticos de *WhatsApp* compostos por consumidores, especialistas, produtores e pessoas envolvidas no setor, principalmente mulheres. O resultado da estratégia, no entanto, não foi satisfatório para este estudo, porém se mostrou um caminho promissor para um mapeamento mais amplo do público de apreciadores e atuante no setor da cachaça, em eventual desdobramento da pesquisa. O índice de respostas abaixo de outros métodos é um dos aspectos negativos, para esta técnica de coleta de dados, já destacado por Ana Lucia Romero Novelli (DUARTE; BARROS, 2012) ao se referir ao envio de questionários por correio, e que aqui estendemos à correio eletrônico, na comparação com entrevistas pessoais e por telefone, ainda assim, apresenta aspectos positivos, já destacados, que foram determinantes para a escolha da metodologia.

2.4.4. Desenvolvimento do instrumento de pesquisa

O questionário foi desenvolvido com base na literatura sobre indicadores de qualidade de cachaça e disponibilizado no serviço gratuito para criação de formulários online da plataforma Google Formulários. As 30 perguntas continham 108 variáveis, com objetivo primário de identificar a proporção

de pessoas ligadas à cachaça que atribuem importância a selos e certificações como indicadores de qualidade do destilado no Brasil e objetivos secundários de:

- I. Mensurar a percepção de pessoas envolvidas no setor, especialistas ou consumidores sobre a cachaça enquanto patrimônio nacional;
- II. Verificar se guias, rankings, premiações, rótulos, selos e certificações influenciam na percepção de qualidade da cachaça;
- III. Saber quais informações são consideradas mais relevantes como indicadores de qualidade da cachaça;
- IV. Conhecer a opinião dos entrevistados sobre ciência, tecnologia e inovação na produção do destilado;
- V. Identificar possíveis atores que comunicam ou promovem a divulgação da ciência, tecnologia e cultura da cachaça.

Os eixos escolhidos para essa pesquisa foram reputação e notoriedade da cachaça; entendimento e aceitação; pesquisas científicas; indicadores de qualidade; e fontes de informação e conteúdo desejado. Grande parte das questões utilizou a escala intervalar em modelo Likert, que foi usada para avaliar o grau de concordância com determinadas afirmações (DUARTE; BARROS, 2012), contendo seis opções, sendo duas positivas, duas negativas, uma neutra, além da opção “não sei responder”, a fim reduzir o viés da neutralidade em caso de desconhecimento do assunto por parte do entrevistado.

Também foi aplicada uma pergunta aberta para identificação de possíveis atores que comunicam ou promovem a divulgação da cultura da cachaça, lembrados pelos entrevistados. Foram incluídas ainda duas questões com múltiplas respostas ou em escala ordinal (DUARTE; BARROS, 2012), com o objetivo, primeiro, de classificar e ordenar o peso de alguns meios de comunicação na divulgação da cachaça, e segundo, levantar o tipo de conteúdo de maior relevância para a amostra e seus estratos (consumidores de cachaça, produtores de cachaça, especialistas em cachaça, comerciantes de cachaça).

Por fim, foram incluídas sete questões socioeconômicas para conhecer o perfil dos participantes da pesquisa. As perguntas baseadas nos indicadores do IBGE e ajustadas ao contexto específico dos participantes foram: sexo, idade, cor ou raça, região, escolaridade, área de formação e renda familiar. O questionário foi validado previamente e teve questões, como a frequência de consumo de cachaça, excluídas visto que o planejamento amostral buscou focar numa segmentação de público previamente interessado em cachaça.

O foco da pesquisa foi direcionado à percepção dos indicadores de qualidade e não ao perfil de consumo dos entrevistados, como em outros estudos de opinião e comportamento do consumidor de cachaça (DE FARIA, 2002; CARNEIRO *et al.*, 2010; GARCIA; JANZANTTI, 2011; DA SILVA

OLIVEIRA, 2012; DOS SANTOS, 2013; DE OLIVEIRA, 2019). Contudo, buscou-se entender como os entrevistados se relacionam com a imagem da cachaça.

Para isso, foram selecionadas perguntas que remetem à visão da cachaça, enquanto patrimônio nacional e seu prestígio, baseada em alguns dos estigmas mais frequentemente relacionados ao destilado e sua história (MAIA; CAMPELO, 2005; ALMEIDA, 2008; DA SILVA, 2008; CAVALCANTE, 2011a; NOVO, 2011; DE SOUZA; DO NASCIMENTO CUNHA, 2013; SOUZA *et al.* 2013; DA SILVA, 2018; NOVO, 2020), bem como opiniões sobre a cachaça a partir do olhar do outro, os avanços na área científica e tecnológica, fontes de informação e os indicadores de qualidade.

2.4.5. Obtenção e precisão das estimativas

A análise das principais variáveis do banco de dados colhido com a pesquisa de opinião foi feita usando linguagem de programação R, a partir do software RStudio, frequentemente usada por estatísticos e profissionais da área. As análises foram realizadas com apoio da Estat Júnior, empresa júnior de Estatística da Unicamp. Os critérios de exclusão adotados foram idade inferior a 18 anos, por se tratar de pesquisa com uma bebida alcoólica, não permitida pela legislação brasileira ao consumo de crianças e adolescentes; e e-mail inválido, que não permitisse a verificação e validação da amostra. O intervalo de confiança da pesquisa é de 95%, e as margens de erro calculadas sobre a frequência de resposta das principais questões estão no anexo deste trabalho. As estimativas foram obtidas para os estratos de consumidores, produtores e especialistas que tiveram maior representatividade no universo da pesquisa.

O intervalo de confiança é um parâmetro utilizado para calcular o intervalo no qual um valor está presente que represente uma população geral a partir de uma amostra. Ou seja, por meio de uma proporção obtida em uma amostra, é calculado um intervalo em torno dessa proporção, com um certo nível de confiança, no qual pode-se afirmar que o valor real (aquele presente na população geral amostrada) está inserido. O intervalo de confiança é calculado somando e subtraindo a margem de erro na frequência obtida, obtendo-se, assim, os valores mínimos e máximos do intervalo. Para calcular a margem de erro foi utilizada a seguinte fórmula: $E = 1,96 \times \sqrt{p(1 - p)/N}$. Sendo, E = margem de erro; 1.96 = valor necessário para se obter 95% de confiança no intervalo; p = proporção obtida na amostra; e N = número total da amostra.

Ou seja, para cada resultado apresentado, poderá se dizer com 95% de confiança de que a proporção real está entre o valor mínimo (frequência menos a margem de erro) e o valor máximo (frequência mais a margem de erro) calculados. É importante ressaltar também que o nível de confiança e a margem de erro apresentam resultados para a população a qual elas foram amostradas. Logo, a população “real” a qual os dados estarão fazendo uma predição depende da forma como essas observações foram amostradas.

Por meio da fórmula pode-se perceber que quanto maior o N, menor será o erro apresentado. Por isso, dado que será calculado o E para consumidor (208 respostas), produtor (28 respostas) e especialistas (21 respostas) e será usado o mesmo nível de confiança para esses grupos, o esperado é a margem de erro ser menor para o estrato dos consumidores. Para fins interpretativos, as respostas “Concordo parcialmente” e “Concordo totalmente” foram agrupadas em ‘Concordo’; igualmente para “Discordo parcialmente” e “Discordo totalmente” agrupadas em “Discordo”.

2.5. Estrutura do trabalho

Os resultados desta pesquisa de mestrado estão estruturados em três capítulos, além da **Apresentação, Introdução e Considerações finais**. No primeiro capítulo apresento uma revisão sobre a parte histórica dos estudos que trazem a cachaça como ponto central das pesquisas, com uma breve trajetória da origem do termo e elementos que ajudam a compreender a cachaça como um símbolo de identidade nacional. Reúno elementos da normatização e institucionalização da cachaça no século XX e da revisão do marco legal da cachaça, iniciada em 2020, para compreensão de aspectos que devem impactar a sociedade.

O segundo capítulo aborda os indicadores de qualidade da cachaça, apresentando os principais signos distintivos e suas origens, compreendendo as etiquetas individuais, coletivas e de certificação, com um recorte para as indicações geográficas. É citando o caso da Tequila, usado como parâmetro para as medidas adotadas para a cachaça, com seu sucesso comercial e perigos apontados por autores apresentados. Faço um recorte específico sobre a cultura de listagens, mostrando a rápida disseminação de rankings de destilados dentro e fora do Brasil e termino com uma breve conceituação sobre divulgação científica da cachaça, citando exemplos.

O terceiro capítulo apresenta os resultados da pesquisa de percepção da cachaça enquanto patrimônio nacional a fim de descobrir o quanto do público de pessoas com interesses em cachaça (consumidores, produtores, especialistas e comerciantes) atribuem importância a selos e certificações como indicadores de qualidade do destilado do Brasil. Conhecendo a opinião dos entrevistados sobre a ciência, a tecnologia e a inovação na produção do destilado e identificando atores que comunicam ou promovem a divulgação da ciência, tecnologia e cultura da cachaça.

3. A CACHAÇA

A cachaça é uma bebida tipicamente brasileira. Antes dessa dissertação se debruçar sobre a percepção dos apreciadores de cachaça, mais especificamente, a partir de guias, rankings, rótulos e selos de qualidade é necessário falar sobre a cachaça como produção cultural e histórica. Tratar da cachaça como um objeto de estudo é, antes de tudo, abordar um universo linguístico, econômico e social que faz parte da cultura alimentar brasileira. Nesse sentido, o trabalho pretende contribuir para estender os conhecimentos sobre percepção da bebida no país a partir das relações mediadas por ela. Para tanto, foi realizado um apanhado bibliográfico apresentando uma parte histórica dos estudos sobre cachaça, com uma breve trajetória da origem do termo e elementos que ajudam a compreender a cachaça como um símbolo de identidade nacional. Ao final, foram reunidos elementos da normatização e institucionalização da cachaça no século XX e da revisão do marco legal da cachaça, iniciada em 2020, para compreensão de aspectos que devem impactar a sociedade.

3.1. A cachaça brindada por Câmara Cascudo

A cachaça como conhecemos hoje, bebida destilada do caldo fermentado da cana-de-açúcar que identifica nacionalmente o Brasil, tem origem, enquanto objeto de pesquisa de um campo científico em formação, no século XX, quando o então professor de Direito Público Internacional, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Luís da Câmara Cascudo, publicou, em 1952, a primeira monografia dedicada à aguardente nacional. Um estudo folclórico, sobre a cultura popular, que deu início a uma Sociologia da Aguardente (CASCUDO, 2006).

Cascudo era próximo do movimento modernista no Brasil, sendo um propagador das ideias regionalistas, como escritor e articulista, na região nordeste do país e seus textos alcançaram reconhecimento internacional, embora considerados de caráter semi-científico por alguns autores da época (ANDRADE, 2014). O interesse de Cascudo pela cachaça aparece em artigos de jornal ainda na década de 40, mas é anterior a isso. Cascudo foi amigo de Mário de Andrade, tendo ambos trocados cartas entre 1924 e 1944. Nas conversas estava a cachaça, de quem Andrade era grande entusiasta⁴. A amizade e o fato de Cascudo viver numa cidade muito influenciada pela cultura norte-americana – Natal sediou a construção de uma base aérea do governo dos EUA durante a Segunda Guerra Mundial – teriam influenciado os estudos do autor no resgate saudosista da tradição da cachaça.

⁴ As cartas trocadas ao longo de vinte anos pelos autores foram reunidas por Marcos Antonio de Moraes no livro *Câmara Cascudo e Mário de Andrade - Cartas, 1924-1944*, lançado em 2010 pela editora Global e ganhador do Prêmio Jabuti 2011.

O livro “Prelúdio da Cachaça” foi um dos cinco publicados pelo Instituto do Açúcar e do Alcool (IAA), na Coleção Canavieira⁵. O trabalho de Cascudo é considerado precursor da produção literária sobre o tema e reconhecido como pioneiro a reunir recortes e elementos na tentativa de construir uma história da cachaça como bebida nacional, o que ajudou a racionalizar a cachaça como um objeto histórico, sendo, até hoje, uma importante fonte de consulta, citada em diversos textos dedicados ao destilado⁶. E aqui tomaremos os escritos do autor como ponto de partida para saborear um pequeno cálice da história da cachaça.

Em artigo na coluna “Acta Diurna”, publicada no jornal potiguar *A República*, em primeiro de janeiro de 1944, Cascudo já questionava sobre a origem da palavra que designa a aguardente de cana-de-açúcar produzida no Brasil. Ele apoia sua posição nos escritos de Francisco Sá de Miranda, defendendo que ao poeta e irmão do terceiro governador geral do Brasil, falecido em 1558, seria “muito cedo para uma influência verbal africana”. Cascudo se contrapunha à tese de que a palavra chegou ao Brasil junto com o tráfico de vidas negras iniciado na mesma época.

O sr. Renato Mendonça diz que é termo da África. Cândido de Figueiredo indica o castelhano cachaza. Pareceu-me sua verdadeira fonte.

Cachaça em Portugal era um vinho de bôrras, transformado no Brasil na aguardente de mel, bôrras do melaço. Para os espanhoes a **cachaza es la hez ó parte impura del guarapo, ya cocido**. Esse “guarapo” é a nossa garapa azeda, picante. **Guarapo es una especie de bebida que se haca em los trapiches de azucar, dejando fermentar el caldo de las cañas; es agridulce de sabor, y saludable; pero tomado com exceso, suele embriagar**. O engenho de açúcar movido pelas juntas de bois dizia-se “trapiche”, há trezentos anos (CASCUDO, 1944, [grifos da autora]).

O recorte preservado em arquivo digitalizado e guardado na antiga casa do escritor, na capital do Rio Grande do Norte, e, hoje, sede do Instituto Câmara Cascudo, foi escrito oito anos antes do lançamento de “Prelúdio da Cachaça” e apenas um mês após o autor decidir consolidar suas investigações no compêndio “História da Alimentação no Brasil”, lançado em 1967, no qual dedica um capítulo inteiro às bebidas no Brasil, em especial o cauim e a cachaça, o que mostra como a história das bebidas brasileiras, e em especial a aguardente de cana, produzia uma fascinação etnográfica no jornalista e escritor erudito.

Esse encanto que se percebe na sua forma de escrita gerou muitas críticas ao autor. Para o sociólogo e historiador Ricardo Luiz de Souza (2007), Cascudo tinha um discurso melancólico e idealizado, o qual buscava uma preservação essencialmente estática da cultura sertaneja em oposição à modernidade que alcançava as cidades no período. A valorização da cachaça enquanto agente de

⁵ O IAA foi criado pelo governo federal na década de 1930 para regular a produção de açúcar e álcool no país e fomentou o desenvolvimento de pesquisas sobre a agroindústria da cana-de-açúcar, em todo o território nacional (AVELAR, 2010).

⁶ Para ver mais: SENAC, 2002; TRINDADE, 2006; SOUZA, 2007; DA SILVA, 2008; CAVALCANTE, 2011a; BARBOSA, 2014; CALASANS, 2014; DA SILVA, 2018; LEÃO E FREIRE, 2021.

mudanças também é vista como problemática no discurso de Cascudo. O escritor é alvo de questionamentos por atenuar contradições sociais e relações conflituosas inerentes à história da bebida, que trariam como consequência a desistoricização do tema e produziria uma cristalização da imagem da cachaça enquanto persona na identidade nacional. Em outras palavras, a cachaça aparece como sujeito do processo histórico e não um elemento de relação, um perfil que viria a percorrer toda uma produção literária na área nas décadas seguintes, como dissertado por Avelar (2010) e Silva (2015).

Apesar das críticas, o trabalho de Cascudo é reconhecido em seu pioneirismo como “um belo esforço de reunião de informações que demonstram a importância da aguardente de cana para a sociedade brasileira” (AVELAR, 2010, p. 20). A criação da cachaça e sua definição como bebida alcoólica e mercadoria envolvida não só no consumo doméstico, como no comércio internacional, no entanto, é bastante anterior aos estudos de Cascudo. A fim de explorar mais sobre a questão histórica e cultural do destilado de cana, veremos adiante um pouco mais sobre a origem do termo, dicionarizado como um brasileirismo quase dois séculos após os primeiros registros de produção de uma aguardente de cana-de-açúcar e como a caracterização da cachaça mudou ao longo dos séculos, desde a criação da Imprensa Régia, por meio do decreto de 13 de maio de 1808 que permitiu a publicação dos primeiros livros e jornais do país, na busca por elementos que possam ajudar a compreender traços da atual percepção de apreciadores e especialistas da cachaça.

3.2. Destilando a palavra cachaça no tempo

A palavra cachaça é encontrada com diversos significados e grafias em documentos dos séculos XV ao XX. A *cagassa* de Guilherme Piso (1611-1678), em *História natural e médica da Índia Ocidental* e a *caxaça* de André João Antonil (1649-1716), em *Cultura e opulência do Brasil por suas drogas e minas* designavam a espuma que saía da fervura do caldo de cana durante a produção do açúcar, um rejeito da produção (CAVALCANTE, 2011a). Assim como a *cachaza* encontrada por Câmara Cascudo em dicionários espanhóis e que se referia ainda a uma bebida fermentada das uvas de qualidade inferior: uma bagaceira.

Já a grafia *kacháçu* aparece nas notas de toponímia (nomes próprios de lugares) do professor, historiador e escritor mineiro, Nelson de Senna, publicadas em 1934, na Revista do Arquivo Público Mineiro. O autor toma como referência o *Dicionário prático ilustrado: novo dicionário enciclopédico Luso-Brasileiro*, organizado por Jaime Séguier e publicado pela primeira vez em 1910, para dar etimologia africana ao nome, com a designação de “uma bebida dos negros de Moçambique” (SENNA, 1934, p. 279).

Câmara Cascudo, por sua vez, foi buscar em cartas antigas, do período colonial, as primeiras menções à palavra em Portugal. Embora a cachaça, dos escritos do poeta Sá de Miranda (1481-1558), como fartura das quintas fidalgas do Minho, não fosse a bebida resultante do processamento da cana,

mas, provavelmente, um fermentado parecido de uva feito com os rejeitos da produção do vinho, como a *cachaza* espanhola (DA SILVA, 2008; DA SILVA, 2018). Ele ainda associa a origem do termo, para o Brasil, às navegações ultramarinas, nas quais a “cachaça encontraria alojamento nos comboios atravessadores do Atlântico na oportunidade das monções” (CASCUDO, 2006, p. 14).

Assim, o extenso estudo de Cascudo sobre a história da alimentação brasileira, aponta a cachaça como um vocabulário de origem europeia, absorvido e abrigado, referendando o que apontavam os dicionários já em 1813. “Não há cachaça alguma em qualquer vocabulário ameríndio, notadamente do tupi, de tão alta participação na linguística nacional” (CASCUDO, 2006, p. 15). A tese também é aceita por Jairo Martins da Silva ao contrapor a hipótese da palavra ser sinônimo de cachaço, uma designação do animal porco, dizendo ser “a versão mais lógica e coerente” que o nome tenha se originado na Península Ibérica, antes de 1500 (2018, p. 18).

Cascudo diverge de Séguier e também do diplomata Renato de Mendonça, escritor dos livros “A influência Africana no Português do Brasil”, de 1933, e “O português do Brasil: origens, evoluções, tendências”, de 1936, que atribuíam origem africana à palavra cachaça. Assim como do imortal da Academia Brasileira de Letras, Pedro Calmon, em *A História do Brasil*, de 1939 que registrou “Na indústria dos engenhos preponderam as vozes congolosas: garapa, cachaça, banguê” (CAVALCANTE, 2011a, p. 37).

Em longa viagem à África, na década de 1960, patrocinada pelo jornalista e empresário Assis Chateaubriand, dono dos *Diários Associados*, Cascudo teve acesso ao povo bangô (SANSONE, 2012). Dessa visita foram publicados três livros: “A cozinha africana no Brasil” (1964), “Made in África” (1965) e o já citado *História da Alimentação no Brasil* (1967-1968). A tese de Cascudo a respeito da contribuição do negro na formação da cultura brasileira inclui o termo *garapa* como “denominação legitimamente africana”, designando vinho e cerveja de frutas, mas não o destilado cachaça.

3.3. A dicionarização da cachaça

A cachaça como um verbete aparece em dicionários da língua portuguesa somente em fins do século XVIII. Na obra “Vocabulario portuguez e latino” do padre Raphael Bluteau (1712-1728), considerado o primeiro dicionário da língua portuguesa, cachaça não assume o sinônimo de bebida alcoólica, mas significado da parte do pescoço posterior à garganta. A relação com a igreja e o fato da abstinência ser vista como virtude na época são alguns dos motivos apontados para explicar a ausência do sinônimo alcoólico (SEABRA, 2015) que já circulava no país desde o século XVII. No entanto, a palavra aguardente aparece, apesar de timidamente e com a grafia antiga *agoardente*, para designar vinho destilado, sem, no entanto, dizer a partir de qual matéria-prima (SEABRA, 2015, p. 177).

Na versão reformada do *Diccionario da lingua portuguesa* do lexicógrafo e senhor de engenho, Antônio de Moraes Silva, cachaça mantém a acepção anterior de padre Bluteau, mas ganha, nas palavras

do próprio Câmara Cascudo, “sabor brasileiro” (2011, p. 775), com três sentidos que se interligam: 1. vinho de borras, em referência a uma bebida alcoólica fermentada, descrita como sinônimo da bagaceira; 2. Aguardente de mel ou borras do melaço, que seria um destilado brasileiro; e 3. A espuma grossa que sai na primeira fervura do suco da cana.

Essa última definição foi dicionarizada na Espanha, indica Cascudo, como *cachaza*: “*espuma e impurezas que se formam y segregan al someter el jugo de la caña a la defecación o purificación*” (CASCUDO, 2006, p. 18). Esse subproduto da produção açucareira era destinado como complementação da alimentação dos animais e, posteriormente, foi usada para alimentação dos trabalhadores braçais escravizados. Ainda no mesmo dicionário de Moraes Silva (SILVA, 1823), o significado de aguardente é mais amplo, como na atualidade, sendo designação para licor espirituoso (destilado) do vinho, grãos, suco de cana e borras de açúcar.

Definição mais enxuta, excluindo as acepções estrangeiras, surge no *Diccionario da lingua brasileira*, publicado em Ouro Preto, em 1832, sendo cachaça a “aguardente, que no Brasil fazem de mel, ou das fezes do melaço” (PINTO, 1832, p. 172). O *Diccionario Contemporaneo da Lingua Portuguesa*, de Francisco Júlio de Caldas Aulete, de 1881, por sua vez, retoma um dos significados compilado por Moraes Silva (SILVA, 1823), mantendo o brasileirismo: 1. Espuma grossa que se tira das caldeiras na primeira fervura do suco da cana, quando se fabrica o açúcar; 2. Aguardente ordinária extraída das borras do melaço e das limpaduras do suco da cana-de-açúcar. Enquanto aguardente é tida como sinônimo de cachaça e outras bebidas: o produto da destilação do vinho, da cana, dos cereais, de várias plantas e frutos suscetíveis à fermentação.

Em 1889, o *Diccionario de vocábulos brasileiros*, de Henrique de Beaurepaire-Rohan, publicado no Rio de Janeiro pela Imprensa Nacional (BEAUREPAIRE-ROHAN, 1889) e também citado por Cascudo em suas pesquisas, amplia os significados coletando particularidades regionais e introduzindo um sentido figurado à palavra, que nos ajuda a compreender a cachaça na identidade nacional como “paixão dominante”. Essa também é a primeira obra a dicionarizar uma distinção de caracterização da cachaça que a acompanharia até o final do século XX, quando o governo brasileiro, buscando firmar a identificação geográfica, estabelece cachaça como a bebida destilada do caldo de cana.

No século XIX a cachaça era feita com o mel ou borras do melaço e a aguardente de cana era proveniente do caldo da cana. Essa classificação é inversa na atualidade, sendo considerada cachaça a bebida típica do Brasil destilada do caldo fresco de cana fermentado. Aqui também o significado figurativo de cachaça como uma paixão é adicionado ao verbete.

s. f. **aguardente feita como o mel ou borras do melaço, diferente da que fabricam com o caldo da cana**, à qual chamam aguardente de cana ou caninha. // Etim. Aulete atribui a este vocábulo uma origem exclusivamente brasileira, entretanto que Moraes, citando a autoridade de Sá de Miranda, o dá como português, significando vinho de borras. Diz mais Aulete que também lhe chamam tafiá, o que não é exato, quanto ao

Brasil, onde esse termo, puramente francês, é completamente desconhecido do vulgo. // Obs. Na Bahia, e outras províncias do Norte, dão também o nome de cachaça á escuma grossa, que, na primeira fervura, se tira do suco da cana na caldeira, onde se alimpa, para passar às tachas, depois de bem depurado, e ajudado com decoada de cal ou cinza (Moraes). Esta espécie de cachaça é distribuída ao gado, e muito concorre para engordá-lo // Fig. **Paixão dominante**: A cultura das flores é a minha cachaça. [Grifos da autora] (BEAUREPAIRE-ROHAN, 1889, p. 24).

No ano seguinte, o *Diccionario de medicina popular* de Pedro Luiz Napoleao Chernoviz banaliza o termo dizendo ser o “nome vulgar da aguardente de canna” (CHERNOVIZ, 1890, p. 402) e coloca como iguais as bebidas designadas de cachaça, aguardente de cana e rum, distinguindo-as das demais pela matéria-prima empregada: a cana-de-açúcar. Essa vulgarização leva a pensar sobre os possíveis impactos que isso trouxe ao uso do termo cachaça entre a população ou, ainda, se tal constatação não seria fruto do próprio afastamento das elites intelectuais do consumo de cachaça, a partir da ideia de que o destilado de cana seria a bebida de pobres e negros. Entendendo o gosto como um elemento da esfera cultural, estaria também ele condicionado aos poderes dominantes.

Por outro lado, o dicionário de 1890 ocupa grande espaço para definir o verbete aguardente e todas as bebidas que podiam ser assim classificadas: como o gin (genebra) indicando que a bebida também poderia ser obtida da destilação da cana, prática ainda atual em diversos alambiques da cachaça como forma de otimizar a produtividade do sistema (PALAZI, 2020b). Interessante notar que o autor traz outras informações de composição químicas, envelhecimento em madeira, modos de preparo e destaca que pode haver diferenças segundo o vegetal utilizado na produção da aguardente. Por fim, cita os efeitos, tidos como benéficos para trabalhos braçais, em consumo moderado, ao extremo da morte, em excesso.

O século XIX foi marcado no Brasil pela institucionalização da ciência no país, no período de permanência da Corte Portuguesa em terras brasileiras, com a criação, por exemplo das faculdades de medicina da Bahia e Rio de Janeiro (DANTES, 2001) o que explica o interesse e conteúdo aprofundado sobre questões científicas. Os usos medicinais clássicos atribuídos a cachaça levaram ao um aumento do consumo desde o século XVIII. Embora hoje saibamos que as bebidas alcoólicas não são recomendadas, na época, eram tidas como “alimento ideal para quem trabalhasse em áreas insalubres” (FIGUEIREDO; VENÂNCIO, 2005, p. 37).

AGUARDENTE. Liquido espirituoso que se obtem pela distillação de muitas substancias vegetaes fermentadas. Marca 18 a 22 grãos no areometro de Cartier (45 a 60 centesimaes). À aguardente é formada de alcool, de muita agua, e de um oleo volatil, que differe segundo o vegetal, cujo succo fermentado produzio o liquido espirituoso. **Chama-se rum, aquardente de canna ou simplesmente cachaça quando provém da canna de assucar** ; arack, quando é produzida pelo arroz fermentado; aquardente de vinho, ou aguardente de França, quando é extradida de vinho. À aguardente de trigo, de butatas, não é outra cousa senão o liquido espirituoso obtido distillando no alambique estas substancias. À Aguardente de cerejas chama-se Airschenwasser. As bagas de zimbro fermentadas e distilladas dão um licor chamado genebra, que se prepara tambem distillando no alambique aguardente de trigo ou de canna com bagas de zimbro. **O cheiro e o sabor da aguardente variam segundo a**

natureza do óleo volátil que entra na sua composição. Sem côr, quando acaba de ser preparada, a aguardente torna-se amarela algum tempo depois de estar nas pipas ; porque a madeira lhe cede a materia corante. Mas os fabricantes dão-lhe côr, ajuntando um pouco de assucar queimado. O areometro, como já disse, serve para lhe determinar a força, mas pôde-se ainda conhecer a quantidade do alcool que contém, inflam mando-a : aprecia-se a quantidade do alcool, pela agua que fica quando o liquido deixa de arder. Conhece-se facilmente quando a aguardente é alterada por pimenta, ou alguma outra planta acre, evaporando-a até seccar por ser excessivamente amargo o residuo que fica então. **Se o uso moderado e pouco frequente da aguardente é salutar para excitar as forças, O seu excesso ocasiona tremores, dôres de cabeça, apoplexia, estupidez, paralsias, e até a morte. Os efeitos da aguardente na economia são os mesmos que os do alcool fraco.** [Grifos da autora] (CHERNOVIZ, 1890, p. 91)

A popularização da palavra cachaça só viria a ocorrer cerca de 80 anos depois, a partir da década de 1960, segundo o pesquisador Messias Cavalcante⁷. O período coincide com a expansão e início da modernização da agroindústria canavieira, principalmente no sudeste brasileiro. O que levou a uma superprodução durante o período de industrialização e urbanização, em meados da década de 1950, incentivada pelo IAA. O novo ciclo da cana-de-açúcar, com a abertura do capital externo para investimentos, produziu os arranjos econômicos governamentais que fomentaram a exportação dos produtos tradicionais de cana (RODRIGUES; ROSS, 2020, p. 131).

É também no século XX, neste cenário de mudanças, que vemos novos significados serem adicionados ao verbete cachaça. Primeiro no *O Grande e novíssimo dicionário da Língua Portuguesa*, organizado pelo imortal da Academia Brasileira de Letras, Laudelino Freire, entre 1939-1944, que inclui o significado de gosto e vício ao lado da acepção de cachaça como paixão, além das outras definições já conhecidas (FREIRE, 1957). Antes disso, Candido de Figueiredo no *Novo dicionário da Língua Portuguesa* já adicionava o substantivo bêbado como sinônimo de cachaça (FIGUEIREDO, 1913).

Em 1975, Aurélio Buarque de Holanda Ferreira generaliza o uso da cachaça “como qualquer bebida alcoólica” e também a dose que se pede do destilado, mas retira o figurativo vício das definições (FERREIRA, 1975). A essa altura, os dicionários já traziam, como sinônimos de bêbado, os termos, cachaceiro e cachaceira, outra generalização do consumo de álcool. No século XXI, os principais significados são reunidos com o lançamento do “Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa” (HOUAISS, 2001), ampliando também as variações regionais que já vinham sendo juntadas nos dicionários anteriores.

A obra foi lançada no mesmo ano em que o governo brasileiro oficializou a proteção das expressões “cachaça”, “Brasil” e “cachaça do Brasil” como indicação geográfica do país, para efeitos de comércio internacional, mas refletiu apenas em parte essa mudança que acontecia no campo político. Se de um lado acrescentou na definição que esse tipo de aguardente é produzido sob condições

⁷ Como colecionador de Cachaça, Messias Cavalcante, identificou que as cachaças engarrafadas até 1950 apresentavam no rótulo o termo aguardente de cana, caninha e pinga, além de outras sinonímias como Parati e Januária, nomes de cidades produtoras que se destacavam na época, mas raramente o nome cachaça.

específicas e controladas quanto à matéria-prima, ao processo de produção (equipamento, fermentação) e ao resultado (teor alcoólico, impurezas etc.), de outro, manteve cachaça como sinônimo histórico da bebida produzida da destilação da borra do caldo e do cabaú (a calda grossa, o melaço), e da qual o novo processo de institucionalização da cachaça buscava se afastar, ou ainda, como designação para qualquer bebida alcoólica, principalmente as destiladas.

Tomando a palavra como mensageira de tradições, valores e cultura percebemos ao longo dos séculos uma construção que tentou costurar as diversas dicotomias entre o discurso religioso e popular, econômico, científico e político. Adiante, pontuo alguns recortes históricos que mostram como essa polaridade de sentidos e essa diversidade de entendimentos, que dificulta a compreensão sobre o que é cachaça, surge, em partes, como um reflexo do próprio nascimento controverso da cachaça. Mas antes, apresento na tabela abaixo os principais significados para o verbete cachaça, dicionarizados em obras dos séculos XVIII ao início do século XXI, vistos até aqui.

Tabela 1 – A palavra cachaça em dicionários de língua portuguesa.

Cachaça	
1712 - 1728	
Bluteau, Rafael. Vocabulario portuguez e latino.	1. A parte do pescoço, posterior à garganta. Os cachaços dos touros.
1789	
Silva, Antonio de Morais. Bluteau, Rafael. Diccionario da lingua portuguesa.	1. Vinho das borras. 2. No Brasil, Aguardente do mel, ou borras do melaço; 3. a escuma grossa, que na primeira fervura se tira do suco das canas na caldeira, onde se alimpa, para passar as tachas.
1832	
Pinto, Luís Maria da Silva. Diccionario da lingua brasileira.	1. Aguardente que fazem de mel, ou das fezes do melaço.
1881	
Aulete, Francisco Júlio de Caldas. Diccionario contemporaneo da lingua portuguesa.	1. Espuma grossa que se tira das caldeiras na primeira fervura do suco da cana quando se fabrica o açúcar. 2. Aguardente ordinária extraída das borras do melaço e das limpaduras do suco da cana-de-açúcar. [Também se chama tafiá]
1889	
De Beaurepaire-Rohan, Henrique. Diccionario de vocábulos brasileiros.	1. Aguardente feita com o mel ou borras do melaço, diferente da que fabricam com o caldo da cana, à qual chamam aguardente de cana ou caninha. 2. Vinho de borras. 3. Escuma grossa, que, na primeira fervura, se tira do suco da cana na caldeira, onde se alimpa, para passar ás tachas, depois de bem depurado, e ajudado com decoada de cal ou cinza. Esta espécie de cachaça é distribuída ao gado, e muito concorre para engordá-lo. 4. Paixão dominante.
1913	
Figueiredo, Candido de. Novo Diccionário da Língua Portuguesa.	1. Aguardente que se extrai das borras do melaço e das limpaduras do suco da cana-de-açúcar. 2. Espuma, produzida pela primeira fervura do suco da cana-de-açúcar. 3. Paixão predominante. 4. Bêbado

1939-1944	
Freire, Laudelino. Grande e novíssimo dicionário da língua portuguesa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aguardente extraída das borras de melaço e das limpaduras do suco da cana-de-açúcar. 2. Espuma grossa, produzida pela primeira fervura do suco da cana-de-açúcar. 3. Borra resultante da clarificação do xarope. 4. Paixão predominante, inclinação, gosto. 5. Vício, mania, sestro.
1975	
Ferreira, Aurélio Buarque de Holanda. Novo dicionário da língua portuguesa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aguardente que se obtém mediante a fermentação e destilação do mel, ou borras do melaço. 2. Qualquer bebida alcoólica. 3. Dose de cachaça. 4. Espuma grossa que, na primeira fervura, se tira do suco da cana na caldeira. 5. Paixão, inclinação, gosto (por pessoa ou coisa). 6. Vocação, inclinação.
2001	
Houaiss, Antônio <i>et al.</i> Dicionário Houaiss da língua portuguesa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Espuma grossa que se forma durante a primeira fervura do caldo de cana usado na produção de açúcar, e dele retirada para servir de alimento (ger. na forma de beberagem fermentada) ou para obtenção de bebida alcoólica 2. Bebida fermentada feita de borra ('substância') do caldo de cana, ou do cabaú ('calda grossa') e servida aos animais e escravos dos antigos engenhos 3. Aguardente obtida da destilação da borra do caldo de cana, ou do cabaú, ou do caldo de cana extraído esp. para esse fim, após ter passado por processo prévio de fermentação alcoólica; aguardente de cana 3.1. Esse tipo de aguardente, quando produzido sob condições especificadas e controladas quanto à matéria-prima, ao processo de produção (equipamento, fermentação) e ao resultado (teor alcoólico, impurezas etc.) 4. dose ('porção') de cachaça ('aguardente') 5. bebedeira 6. qualquer bebida alcoólica, esp. destilada 7. gosto, preferência, inclinação, atração 7.1. Aquilo que se faz com entusiasmo; paixão, mania, vício 8. algo ou alguém predileto, que desperta permanente interesse ou paixão, ou que está constantemente ocupando os pensamentos ou ações de alguém 9. quem bebe muita cachaça ('aguardente', 'bebida alcoólica'); cachaceiro, bêbado, beberão.

Fonte: Elaboração própria (BLUTEAU, 1712-1728; SILVA, 1789; PINTO, 1832; AULETE, 1881; DE BEAUREPAIRE-ROHAN, 1889; FIGUEIREDO, 1913; FREIRE, 1957; FERREIRA, 1975; HOUAISS, 2001).

3.4. A invenção da cachaça

A invenção da cachaça enquanto bebida alcoólica destilada não encontra consenso entre historiadores, pesquisadores e entusiastas, porém todas as teorias concordam que o desenvolvimento remonta ao período colonial no Brasil. Não há certidão de nascimento, informa o biólogo e pesquisador do Instituto de Pesquisas Tecnológicas do Estado de São Paulo (IPT), Messias Cavalcante, em seu livro *A Verdadeira História da Cachaça*, acrescentando que o próprio termo cachaça não encontra unanimidade quanto à sua origem (CAVALCANTE, 2011a).

A etimologia é vaga, sustentam os historiadores Luciano Figueiredo e Renato Pinto Venâncio (FIGUEIREDO; VENÂNCIO, 2005). Eles observam outras derivações que vêm de cacho, grupamento de frutas e da versão feminina de cachaço, como a parte grossa do pescoço do porco, em uma possível

origem do latim (FIGUEIREDO; VENÂNCIO, 2005). Uma corrente aponta indícios da cultura africana, mas a teoria ainda mais aceita é a de que o termo foi introduzido pelos europeus no processo de colonização.

As primeiras menções a bebidas alcóolicas produzidas com cana-de-açúcar no Brasil aparecem no século XVII, cerca de cem anos depois dos registros da chegada das primeiras mudas da gramínea ao país. Inicialmente descreve-se um vinho do suco da cana, no ano de 1610, “dado aos escravos e filhos da terra” (CASCUDO, 2006, p. 16), e depois como “augoa ardente”, em prestações de contas do Engenho Sergipe do Conde, de 1622, adquirida para o consumo dos escravos durante o inverno e em caso de enfermidade (CASCUDO, 2006, p. 19; MAIOR apud CAVALCANTE, 2011a, p. 97; DA SILVA, 2018, p. 21).

Já o primeiro uso da palavra cachaça, como termo diferenciado de aguardente, no entanto, remete ao estudo de Luiz Monteiro Costa (1958) sobre a história militar de Salvador, em registros de contratos datados de 1660 (COSTA apud CAVALCANTE, 2011a, p. 49). Há de se notar que todos os três documentos citados foram encontrados no litoral da Bahia, onde estudos arqueológicos identificaram ruínas, remanescentes do início da ocupação europeia no Brasil, de um dos três primeiros engenhos de açúcar do país, datado de 1520 (DA SILVA, 2018, p. 18).

A disputa histórica sobre qual região é “mãe da cachaça”, entretanto, ainda inclui os estados de Pernambuco, que possui referências da construção de um engenho de açúcar, em 1516, por Cristovão Jacques (VARNHAGEN, 1975); e São Paulo, com as ruínas preservadas do Engenho São Jorge dos Erasmos, entre as cidades de Santos e São Vicente, que remontam à expedição de Martim Afonso de Souza ao litoral paulista entre 1532 e 1534. Os registros podem ser considerados pontos de partida para a indústria açucareira no Brasil quinhentista (ANDREATTA, 1999), sendo apropriados também por pesquisadores e entusiastas para determinar o início da indústria da cachaça (CAVALCANTE, 2011; SILVA, 2018).

Esse interesse em pontuar um marco temporal da originalidade da cachaça encontra atenção específica a partir do momento em que a bebida produzida no Brasil buscou se diferenciar do rum, o destilado caribenho que possui, em princípio, a mesma base e método de produção, sendo considerado “filho” da cachaça⁸ (MOON, 2016). Atualmente, faz-se cachaça do suco fresco da cana-de-açúcar crua

⁸ Alguns autores consideram o rum como “primo” da cachaça, mas o IBRAC anuncia em sua página de informações históricas e curiosidades que a cachaça “é a mãe do rum”. A principal diferença está no processo de produção entre os dois destilados. O rum geralmente é feito com o caldo cozido da cana, o melaço, um subproduto do processo de produção do açúcar, e envelhecido em madeira de carvalho - embora exista uma versão feita com caldo fresco de cana. Já a cachaça, oficialmente é feita no Brasil com a garapa, que é o suco fresco da cana. Isso resulta numa composição química própria que apresenta propriedades sensoriais distintas. Entretanto, há no país outras bebidas feitas com subprodutos da cana, mas legalmente são denominadas de aguardente de cana, não podendo ser chamadas de cachaça (GOMEZ, 2002; BRASIL, 2009; FARIA, 2012; ALMEIDA E DIAS, 2018; MAPA DA CACHAÇA, 2019).

(BRASIL, 2022a), mas no passado o destilado era produzido do melaço, como vimos na seção anterior e, nos primórdios, de rejeitos da produção açucareira.

Contudo, não fica comprovado se a produção ou exportação de cachaça já existia no século XVI. Essa falta de documentação no período foi atribuída ao receio da fiscalização portuguesa que controlava a produção e circulação de bens na colônia, levando a concepções de que “se houve alguma produção ou exportação de cachaça no século XVI, ela foi clandestina” (CAVALCANTE, 2011a, p. 53).

Tabela 2 – Diferenças atuais entre cachaça e rum.

	CACHAÇA	RUM
Graduação alcoólica	38% a 48%	35% a 54%
Origem	Brasileira	Diversos países
Envelhecimento	+30 madeiras	Geralmente Carvalho
Matéria-prima	Caldo fresco de cana	Principalmente melaço de cana e mistura

Fontes: BRASIL 2009; MAPA DA CACHAÇA, 2019; NOVO 2020; BRASIL, 2022a.

As bebidas alcoólicas fermentadas, no entanto, já existiam no país antes da chegada dos europeus e dos negros escravizados. Os povos nativos conheciam o processo de fermentação para obter bebidas com baixo teor de álcool, como o cauim e a tiquira, que eram tomadas nas cerimônias e rituais indígenas, com rituais de consumo muito distintos do padrão europeu (CASCUDO, 2005; FIGUEIREDO; VENÂNCIO, 2005; CAVALCANTE, 2011a). Os africanos também produziam bebidas fermentadas como o malafu, de folhas de palmeira, e as garapas de frutas (CAVALCANTE, 2011a; CASCUDO, 2005).

Os relatos das missões jesuíticas que tiveram início ainda no século XVI não citam a cachaça. Nas cartas enviadas à Portugal, os padres reclamavam do abuso do fermentado indígena de mandioca. “Os raros destilados aí presentes – de uva, cereais ou cana-de-açúcar – não eram denominados como “cachaça”, mas sim cauim-tatá, cuja tradução aproximada seria a de ‘vinho duro, firme” (FIGUEIREDO; VENÂNCIO, 2005, p. 19).

Não à toa a bebida do novo mundo surge fermentada da cana. A cultura agrícola largamente disponível durante o ciclo do açúcar facilitou a aplicação da cana na produção alcoólica no Brasil. O método de destilação, por sua vez, conhecido e difundido desde o século XIII era monopolizado pelos saberes médicos (FIGUEIREDO; VENÂNCIO, 2005, p. 20) sendo legado aos europeus, com a justificativa de que tal conhecimento tecnológico só poderia ter sido trazido de fora. A inferência é de que os engenhos de açúcar, melado e rapadura passaram a usar alambiques, trazidos pelos europeus,

para destilar cachaça, primeiramente em barro cozido, posteriormente feitos de cobre (RODRIGUES; ROSS, 2020).

Estudos mais recentes conduzidos na Universidade do México em sítios arqueológicos no país, entretanto, têm colocado esse consenso histórico em cheque, pois indicam a possibilidade de nativos americanos conhecerem o processo de destilação do agave (matéria-prima do mezcal e da tequila) muito antes da chegada dos europeus ao continente (GOGUITCHAICHVILI *et al.*, 2018). Apesar desses avanços, ainda não há indícios de que tal conhecimento tenha se disseminado para outras regiões do continente, como o Brasil.

Figura 1 – Processo de produção da cachaça



Fontes: Trindade, 2006; DA Silva, 2008; Novo, 2011; Souza *et al.* 2013; DA Silva, 2018; Ribeiro, 2021.

A noção da cachaça como um símbolo distintivo da identidade nacional brasileira só viria a surgir e se cristalizar no imaginário do brasileiro nos séculos XIX e XX, enfrentando ainda tensões sobre sua origem nas camadas mais baixas da sociedade e os interesses políticos e econômicos associados a ela (DE SOUZA, 2004). Uma relação controversa de pertencimento e amor; negação e afastamento. Diversos estudos históricos, posteriores a Cascudo, mostram que esse imaginário é uma construção cultural, social, econômica e política que permeia os cinco séculos de existência da cachaça.

Carneiro (2020) analisa que, parte dessa visão estigmatizada sobre a cachaça, estaria ligada ao choque cultural entre europeus e indígenas que mantinham formas diferentes de consumo de bebidas alcoólicas, diário e ritualístico respectivamente. O que levou os portugueses a escreverem, com exagero, sobre os hábitos dos povos originários, sendo transferido depois aos escravos. O excesso etílico das elites brancas coloniais, bebedoras de vinho e outros destilados, não era condenável e o alcoolismo socialmente condenado era o alcoolismo dos pobres e dos excluídos (DE SOUZA, 2004), o que, de certa forma, explicaria a carga negativa da qual a cachaça ainda busca se desassociar

3.5. Cachaça e economia

Na dimensão econômica e do trabalho, os canaviais e seu aproveitamento para a produção de açúcar foram uma das primeiras atividades econômicas implantadas no Brasil (RODRIGUES; ROSS, 2020). A cachaça, como produção secundária das lavouras de cana-de-açúcar, já nasceu orientada pelas demandas do mercado externo e pela Coroa portuguesa subsidiando grandes negociações. Em pouco tempo o destilado brasileiro já era um ativo fundamental para a colônia, embora sua circulação parecesse quase doméstica, muitas vezes às margens da lei, aparecendo de forma controlada nos registros alfandegários (DE SOUZA, 2004). A exportação da cachaça e do fumo, movia o comércio triangular do sistema do Atlântico Sul, barateando os custos de navegação no século XVII, que trazia escravos da África e levava açúcar e metais preciosos para a Europa (FIGUEIREDO; VENÂNCIO, 2005).

Destacando-se por seu baixo custo e facilidade produtiva, pela abundância de matéria-prima, a cachaça gerou ambiguidades na postura da coroa. O destilado da colônia chegou a ter sua fabricação proibida, por carta assinada pelo rei dom João 4º, em 13 de setembro de 1649, por concorrer diretamente com a Bagaceira portuguesa, o destilado de uvas do reino (DE SOUZA, 2004; CASCUDO, 2006), enquanto a bebida se mostrava uma fonte importante de renda, subsidiando novos negócios, na oscilação do mercado de açúcar para a manutenção da segurança da colônia (DA SILVA, 2018). O ato vazio e ineficaz, só impulsionou o comércio clandestino e o contrabando da bebida, dando origem à resistência das oligarquias que ficou conhecida como a Revolta da Cachaça (FIGUEIREDO; VENÂNCIO, 2005; CAETANO, 2003; CAVALCANTE, 2011a).

No século XVIII, a perda do monopólio açucareiro pela concorrência caribenha e o desenvolvimento da atividade mineradora fizeram engenhos de açúcar serem adaptados para a produção de aguardente e vários também se instalaram em províncias afastadas do litoral (RODRIGUES; ROSS, 2020). Mais tarde, a cachaça ganhou novamente destaque no consumo das elites, virando símbolo de movimentos de resistência contra o domínio português, em 1789, com a Inconfidência Mineira, e, em 1817, na Revolução Pernambucana (DA SILVA, 2018).

Com as revoltas suprimidas, o destilado de cana voltou ao patamar marginalizado, sendo resgatado, posteriormente, no período da Independência. A mudança do período colonial (1500-1822) para o período monárquico (1822-1889) não causou, todavia, grandes alterações na imagem da cachaça nem na produção canavieira. Para além da mecanização, em pleno desenvolvimento da Revolução Industrial, a divisão internacional de trabalho manteve países não industrializados, como o Brasil, na produção de matérias-primas e de gêneros alimentícios (RODRIGUES; ROSS, 2020) e a cachaça seguiu sendo a bebida das camadas mais pobres e excluídas.

A produção de cachaça adentra a República atrelada a uma produção açucareira em crise, no final do século XIX, vinculada a concorrência internacional e relacionada aos efeitos da abolição da escravatura. Nesse período introduziram-se novas tecnologias de produção, mais eficientes, com a

instalação de modernas máquinas e os movimentos imigratórios proporcionaram a ocupação de novas áreas, criando pequenas lavouras com engenhos de pequeno porte, expandindo a produção e o consumo interno da aguardente de cana (RODRIGUES; ROSS, 2020). A cachaça acompanha a industrialização do país em novos espaços de negociação, abastecendo principalmente o consumo interno, servindo aos trabalhadores do campo e das fábricas, bem como à miséria dos escravos libertos.

As transformações ocorridas no fim do século XIX e início do século XX promoveriam o nascimento das *commodities*, mercadorias padronizadas para compra e venda⁹, que atingiria a produção de açúcar e álcool (KLOSS, 2012). Internacionalmente, a primeira Grande Guerra (1914-1918) devastou a indústria europeia e incentivou a construção de usinas no país, fomentando as mudanças da cachaça “artesanal” para a cachaça industrial. Fazendeiros de café passaram a diversificar a produção e complementar os rendimentos com a cana-de-açúcar. Institutos voltados à pesquisa, como o IAC auxiliaram na busca por novas, mais produtivas e resistentes variedades de cana, enquanto a migração dos trabalhadores do campo para a cidade e o início da indústria da propaganda brasileira (GRAF, 2005) foram responsáveis por rearranjos de distribuição da cachaça, que deixou de ser comercializada a granel e passou a ser engarrafada e distinguida sob marcas e rótulos¹⁰.

No cenário político, a cachaça acompanhou líderes de Estado e, no cenário cultural, foi eleita símbolo nacional durante a Semana de Arte Moderna (CÂMARA, 2004; DA SILVA, 2008 e 2018). O período da Segunda Grande Guerra (1939-1945) fez a indústria açucareira se concentrar mais uma vez no aumento da capacidade produtiva, iniciando um processo lento de modernização de equipamentos com a reconfiguração da ocupação canavieira no território e com a formação do Estado de São Paulo como principal polo produtor (ARAÚJO; ARAÚJO SOBRINHO, 2020). Na década de 1950, ainda prevalecia o trabalho braçal na produção, com poucas propriedades rurais com máquinas agrícolas.

Os anos de 1970, a crise do petróleo e o incentivo à produção do etanol como energia renovável modificou as relações entre indústria e agricultura, e marcaram o início de uma nova fase canavieira (ARAÚJO; ARAÚJO SOBRINHO, 2020), com a transformação da lavoura, da força de trabalho e da gestão das unidades produtoras (RODRIGUES; ROSS, 2020), promovendo impactos no processo de “commoditização” do etanol enquanto recurso energético alternativo e incentivando movimentos que buscavam a recuperação da tradição da cachaça destilada em alambique frente a cachaça industrial de coluna.

⁹ Commodity é um termo inglês que significa “mercadoria”. De forma geral, é utilizado para se referir aos produtos de origem primária, em estado bruto ou com baixo grau de industrialização, produzidos em grandes volumes por uma diversidade de produtores, que podem ser estocados por um determinado período sem perda de qualidade, cujo preço é definido pela oferta e procura internacional. Para que uma mercadoria possa receber essa qualificação é necessário que ela atenda a requisitos como padronização (HOUAISS, 2001; KLOSS, 2012).

¹⁰ Conto um exemplo dessa transformação a partir da história da Cachaça Colombina produzida a mais de cem anos na Fazenda do Canjica, em Alvinópolis, Minas Gerais (PALAZI, 2021).

A cachaça passa a ser repensada, com a consolidação de instituições focadas no desenvolvimento de diretrizes para a unificação, sustentabilidade e maior controle produtivo. Nessa nova dimensão, destacam-se os primeiros esforços de institucionalização e normatização associados ao Programa Nacional do Alcool (Pró-Alcool), em 1975. Paralelamente, a partir da década de 1970, os investimentos em infraestrutura básica e em serviços para o desenvolvimento da atividade turística também foram incentivados. A EMBRATUR, criada pelo Decreto-Lei 55 de 18 de novembro de 1966, investiu na divulgação positiva da imagem do Brasil no exterior, exaltando a cidade do Rio de Janeiro, o carnaval, a mulher brasileira (MÜLLER *et al.*, 2011), bem como a cachaça e a caipirinha.

O crescimento acelerado chamado de “milagre econômico brasileiro” atraiu investimentos, tanto nacionais como estrangeiros. Pequenas e médias propriedades rurais produtoras que tinham estagnado ou ruído no processo de industrialização do país passaram a ser restauradas e se reinventaram na produção de cachaça a partir da indústria do turismo (LEÃO; FREIRE, 2021). O movimento conectou produtores e consumidores em roteiros que buscavam resgatar doses particulares da história do destilado.

Na década de 1980, com o processo de abertura política, a bebida nacional começa a ganhar mais espaço fora do país. Essa internacionalização demandou uma organização e padrões que até então não eram exigidos, estimulando um novo processo de reestruturação e modernização pautado pelo mercado internacional, e que explica a importância em busca de certificações e chancelas de qualidade. Novas estratégias tecnológicas e novas formas de gestão evidenciaram o período, gerando profundas transformações, como o Programa de Valorização da Cachaça. Entre os planos de ação apontados estavam: incentivo tecnológico, criação de associações de produtores e definição de padrões de fabricação para assegurar qualidade (RIBEIRO, 2021).

Na década seguinte, surgiu o Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Aguardente de Cana, Caninha ou Cachaça (PBDAC), a partir do qual várias iniciativas para a melhoria de qualidade, padronização e apresentação da cachaça foram desenhadas e estimuladas pela explosão das exportações brasileiras (PROGRAMA, 1997; DA SILVA, 2018). Esse movimento levou à oficialização do status da cachaça como um produto brasileiro em 21 de dezembro de 2001, por meio do decreto federal nº 4.062, constituindo, para efeitos de comércio internacional, o Brasil como Indicação Geográfica da Cachaça - a primeira IG do país.

A partir disso, a cachaça deixou de só parecer tipicamente brasileira para ser legalmente reconhecida como produto nacional. Mas era preciso obter tal reconhecimento de outros países, afinal a intenção na proteção era fomentar e abrir portas para o mercado internacional. Para isso, um dos objetivos foi a valorização do produto local, e os argumentos usados para vender a cachaça como um produto único partia da recuperação de sua propriedade histórica e cultural, pautada em métodos, tradições e conhecimentos preservados e aprimorados ao longo dos séculos no país.

O aumento das exportações de cachaça e o dinamismo de um mercado sedento por lançamentos e inovações, levou o setor da cachaça a buscar mais flexibilidade. Em 2009, a regulamentação da cachaça começou a ser repensada dando início às mudanças e questionamentos que culminaram na proposição de um novo marco legal para a cachaça, capaz de implementar o perfil do que se espera da cachaça desse novo século.

Atualmente, a cachaça é produzida em 611 municípios brasileiros, o que representa 10,97% do total, contando também com o Distrito Federal – ausente, apenas, no Amapá e em Roraima (BRASIL, 2022b). Apesar de integrada à cultura e economia, praticamente, de todo o país, no segmento de mercado exterior, o Brasil exporta oficialmente um total de 7,2 milhões de litros de cachaça, sendo apenas 3% do que exporta a tequila e muito menos do que o mercado internacional de rum (IBRAC, 2021).

Um retrato do que uma parcela de produtores e intelectuais prospectam para a cachaça está em afirmações como a do jornalista Dirley Fernandes, no livro em comemoração ao bicentenário da Independência do Brasil, o qual diz que a cachaça ainda está longe de gozar do status social que merece. “O preconceito, velho de séculos, já vai ficando para trás. Mas a Cachaça ainda não é assumida e consumida pelos brasileiros como sua bebida nacional, como os portugueses fazem com seu Porto ou os escoceses com seu whisky” (GERK *et al.*, 2022, p.35).

É preciso lembrar que, apesar de mais antiga, a cachaça até 2011 era reconhecida como uma Indicação Geográfica brasileira apenas pela Colômbia, e para ser exportada aos Estados Unidos, levava a denominação no rótulo de *Brazilian rum*¹¹. As negociações para o reconhecimento dessa identificação por outros países passam por um processo diplomático que envolve a petição do Governo Brasileiro e outras negociações econômicas.

A indústria da tequila no México representa o modelo de internacionalização desejada. Desde a mudança normativa do destilado mexicano registrada, em 2012, após a crise da tequila na década de 90, entidades representativas da cachaça têm trocado comunicações sem, no entanto, conseguir grandes avanços normativos no país. Outros processos de reposicionamento de marcas aplicados com sucesso para produtos como o café, a cerveja, o vinho e o uísque também são exemplos de comparação para a cachaça (DUARTE, 2018).

A ciência e a tecnologia têm ajudado a dissipar a imagem de bebida inferior, dando subsídios ao desenvolvimento do novo processo de normatização e institucionalização, em que se busca pela nova política a unificação do setor, para exportar a cachaça como um produto de qualidade incontestável,

¹¹ A cachaça foi obrigada a ser rotulada como *Brazilian Rum* para ser comercializada nos Estados Unidos entre os anos de 2001 e 2013. A legislação nos EUA, só foi alterada em 2013, fruto do Acordo bilateral entre Brasil e Estados Unidos, pelo Decreto nº 7.968, de 27 de março de 2013 (GERK *et al.*, 2022).

transformando a bebida num dos três principais destilados do mundo até 2025 (MAPA, 2021; MOON, 2016).

Mas um dos pontos manifestados por produtores de cachaça, que explicaria o desempenho abaixo do esperado, é a dificuldade enfrentada para comunicar ao consumidor final os elementos que compõem uma cachaça de qualidade. Além disso, falhas nas práticas regulatórias estariam promovendo o aumento da produção clandestina de cachaça. Dados da consultoria Euromonitor numa pesquisa sobre o consumo de bebidas alcoólicas estimou que mais de 130 milhões de litros, em álcool puro, de bebidas destiladas ilegais circularam no país em 2020, o que corresponde a 37,9% do volume de destilados comercializados no período (FILIPPE, 2020).

Há de se considerar o grande peso histórico do Brasil na produção da cana-de-açúcar. Atualmente, o país é o maior produtor e exportador mundial de açúcar, sendo responsável pela produção de 654,5 milhões de toneladas destinados à produção de 41,2 milhões de toneladas de açúcar e 29,7 bilhões de litros de etanol na safra 2020/21 (CONAB, 2021). E a cachaça tem se colocado como um desses produtos primários capaz de dinamizar a economia, ampliar as fronteiras e diversificar o capital. Nesse contexto, a formação de consumidores mais críticos sobre os indicadores de qualidade de uma cachaça e os riscos do consumo de bebidas alcoólicas clandestinas, sem controle das boas práticas de produção, mostra importante destaque no campo da comunicação para a saúde pública. Mas antes, veremos, como a cachaça enquanto identidade nacional se constrói como um rótulo da modernidade.

3.6. Cachaça e identidade nacional

A questão da cachaça como identidade nacional é extensamente citada na literatura sobre o destilado produzido e protegido do Brasil. É difícil encontrar um texto que se debruce sobre o produto agroindustrial e não use esse recurso descritivo. “Bebida do Povo Brasileiro”, em letras maiúsculas, escreveu Marcelo Câmara, “por todas as razões socioantropológicas que a história do País revela [...] obra desse mesmo povo” (2004, p. 85). Já Alessandra Garcia Trindade, em livro dedicado a história, fabricação e descrição de receitas, fala em “um amor brasileiro” (TRINDADE, 2006).

Outras menções surgem de Jairo Martins da Silva, ao convidar os leitores a degustarem “a mais nobre das bebidas brasileiras” (2008, p. 19). O amigo e companheiro de Silva na Cúpula da Cachaça, Manoel Agostinho Lima Novo, informa “a mais legítima e antiga bebida brasileira” (NOVO, 2011), se referindo ao período pós-colonização¹². Câmara Cascudo, com sua célebre frase atenta que o brasileiro é “devoto da cachaça” (CASCUDO, 2006, p. 35) e que em 1819, o naturalista Augusto de Saint-Hilaire já informava que a cachaça era “a aguardente do país” (CASCUDO, 2006, p. 35), muito por sua

¹² Nos registros compilados por Cascudo (2001 e 2005) e Cavalcante (2011a), os indígenas já fabricavam outras formas de bebidas alcólicas fermentadas antes da chegada dos europeus.

capilaridade surgida da instalação dos engenhos de açúcar e disseminada pelo movimento de ocupação dos territórios no interior do país.

O conceito de identidade é algo difícil de se definir e, assim como a própria noção de cachaça enquanto bebida destilada do suco fresco, fermentado e destilado de cana, é um produto dos tempos modernos (PETKOVA, 2006, p. 255). Quando falamos de identidade, pensamos num conjunto de características que distinguem uma pessoa, uma coisa ou um povo, por meio das quais é possível individualizá-los. Assim, a frase “A cachaça é o destilado do Brasil”, excluí, por exemplo, o uísque, a tequila, o conhaque e o rum desse imaginário. Enquanto o nacionalismo seria predominantemente um fenômeno político e social, a identidade nacional se distinguiria por se tratar de um produto sociopsicológico (PETKOVA, 2006, p. 255).

É preciso destacar que esse processo de criação de identificações não é natural ou automático e ocorre como uma construção simbólica que se expressa no sentimento de pertencimento à uma comunidade, na identificação com outros membros e na diferenciação dos não-membros. Para o pensamento psicanalítico a identidade é algo formado por meio de processos inconscientes em que há transferências e jogos simbólicos dos quais não temos total controle (HALL, 2014). A identidade muda de acordo com a forma como o sujeito é interpelado ou representado, podendo ser ganhada ou perdida (HALL, 2014). Para os linguistas, os sentidos expressos quando falamos ativam uma gama de significados que fazem parte da língua e carregam ecos do passado.

Assim sendo, a identidade é formada na relação com os outros e, quase sempre, possui forças desiguais nessa balança. Conflitos, nos quais quem tem mais influência ou poder tende a construir imagens que sejam mais compatíveis com os interesses dominantes. Essa teoria social de que o homem faz a história sobre condições desiguais que lhe são dadas pelas gerações anteriores encontra repouso nas teorias marxistas. Não se pretende aprofundar na questão, mas evidenciar que tal pensamento ainda impacta consideravelmente as ciências sociais (SCHLESENER, 2016; ORLANDI, 2020). O que nos faz pensar em quais setores da sociedade exercem, hoje, poder de controlar e mudar a identidade e o discurso com a qual a cachaça se faz conhecida e a percepção de que se têm dela.

Somos formados por uma mescla de sentidos que estão em constante mudança, não sendo estáticos ao longo dos anos. As identidades nascem, portanto, da alteridade, em um movimento de oposição (SOUZA, 2007). O Brasil é o país da cachaça, não o México. O México é o país da tequila, não a França. A França é o país do conhaque e assim por diante. Mas, até pouco tempo a cachaça era comercializada fora do Brasil a partir de uma aproximação de identidades, como *Brazilian rum* ou *Brazilian Spirit*¹³. Dessa forma, não existiria uma identidade autêntica, mas “uma pluralidade de

¹³ Na dissertação *Cachaça não é rum: subsídios para traduzir a bebida nacional brasileira para a língua inglesa*, a autora Silvia Albernaz Cançado (2020), analisou que alguns livros, publicados antes de 2012, já eram produzidos sem o que chamou de “simplificação de tradução”, embora ainda não utilizando a denominação cachaça, mas outras traduções como *Brasilian spirit*.

identidades construídas, por diferentes grupos sociais em diferentes momentos históricos” (ORTIZ, 2006, p. 8.). O que reafirma que a identificação se sustenta num plano coletivo, em interação e não em isolamento (ORTIZ, 2006, p. 24).

A expressão cachaça pouco era usada no período colonial, mas a importância econômica e de controle social, que essa aguardente destilada dos rejeitos da produção de açúcar teve nessa fase do Brasil, fez com que a produção da aguardente da terra fosse ora defendida ora contestada. Surgida e instalada de maneiras diferentes nas diversas classes sociais, sendo ainda hoje vista como elemento divisor e não unificador: A cachaça tipo exportação, servida em taças especiais e com rituais que envolvem harmonizações gastronômicas; e a cachaça de boteco, servida como tira gosto em copos plásticos de café ou em copos do tipo lagoinha, uma invenção brasileira, conhecida também como copo americano (MAPA DA CACHAÇA, 2022).

José Carlos Reis em sua obra, *As identidades do Brasil: de Varnhagen a FHC* (1999) propõe sobre isso que: “O Brasil é um país vasto, complexo contraditório e extremamente dinâmico, o que impede que se possa ter uma representação consensual, homogênea e estável de sua identidade nacional” (REIS, 2007, p. 17).

O professor de História da Universidade de São Paulo, Henrique Carneiro, considera a cachaça, em seus estudos sobre alimentação, álcool e drogas, como uma mercadoria especial, que respondia às necessidades psicológicas de evasão, consolo e anestesiamento de pobres e escravos, sendo principal instrumento de “produção de imaginários e de sentimentos artificialmente estimulados”, enquanto reproduzia e permitia a acumulação primitiva do capital: “Um alimento-droga, cujo consumo acompanhava não só a comida, como o apaziguamento da dor e o entusiasmo da festa” (2003, p. 2).

Mais barata e acessível, ainda que em alguns momentos de produção totalmente clandestina, a cachaça foi por muito tempo a principal bebida alcoólica disponível, acessível e consumida no país. O que explica sua marcante presença no sistema alimentar, religioso, econômico, social, político, literário, artístico e musical, se apresentando como traço cultural da tradição brasileira. Registros do século XIX indicam preço de uma “medida de cachaça” seis vezes menor do que uma “medida de cerveja” (CAVALCANTE, 2011a, p. 202). Além do preço, o teor alcoólico comparativo também fazia da cachaça a escolha mais acertada de quem buscava a embriaguez rápida, a fuga da dor ou a euforia nas celebrações.

A tradição é vista nos estudos de Souza como elemento estruturante da formação de identidades, sendo o conceito de tradição posto como “uma escolha feita com base em um repertório histórico” (DE SOUZA, 2007 p. 18). A definição de uma identidade própria nas sociedades se daria ao assumirem um determinado corpo de tradições (DE SOUZA, 2007, p. 23). Sua existência é ritualizada e necessita de liturgias representativas (bandeiras, hinos, homenagens ao passado). No caso da cachaça, podemos citar músicas, festas, receitas, clássicos da literatura, a própria caipirinha, como uma bebida típica feita com

cachaça entre outros. Estaria ainda, ligada a valores compartilhados, vinculada a pais fundadores e símbolos de um passado a ser reverenciado, numa ideia que remete a plenitude. E todos esses elementos encontramos na cachaça.

Uma outra corrente se afasta da ideia de identidade como uma essência do povo para trabalhar enquanto relação política que se estrutura no jogo da interação entre o nacional e o popular. Renato Ortiz ao resgatar a noção de identidade de Lévi-Strauss traduz como um “elemento que deriva de uma construção de segunda ordem” (ORTIZ, 2006, p. 137). Assim, postula que a brasilidade não pode ser encontrada como realidade primeira da vida social, por ser uma entidade abstrata que não se vincula a concretude do presente, mas às formas sociais que a sustentam; sendo virtual, algo que não está posto e precisa ser acessado, da qual devemos questionar os interesses a que servem.

Essa visão de identidade como uma atividade humana é contrária a corrente romântica de autores que buscaram interpretar a identidade brasileira na modernidade, entre eles, o próprio Câmara Cascudo. Ao fazer uma reflexão sobre a história das bebidas na sociedade colonial luso-brasileira do século XVIII, o pesquisador Lucas Avelar dispara que aquilo que compõe a cachaça enquanto identidade nacional está ligada ao conjunto de acontecimentos históricos com distinção regional e temporal que foi mediado pela aguardente e “não porque o povo insistiu em ingeri-la para se impor diante do estrangeiro e suas bebidas” (AVELAR, 2010, p. 22).

A cachaça possui, portanto, camadas históricas que a atravessam ao longo dos séculos transformando-a em um ícone de identificação complexo de um povo, ainda em movimento de construção e reconstrução. O sociólogo Stuart Hall trabalha com o conceito de comunidades imaginadas. Para ele, a tradição é uma invenção usada para manutenção da estrutura do Estado moderno e unidade entre os indivíduos (HALL, 2014). Com a pós-modernidade, essa estrutura se encontra em desmoronamento.

As transformações globais, econômicas, tecnológicas e sociais estariam influenciando os conceitos de nacionalidade e identidade. Enquanto discute-se uma crise de desintegração das identidades como resultado da homogeneização cultural por meio da criação de uma sociedade global, outro olhar aponta um caminho de fortalecimento das identidades como resposta a esse mesmo processo de globalização (HALL, 2006; DA COSTA e DE JESUS, 2021). Portanto, a identidade continuaria sendo uma categoria influente nas relações sociais e, principalmente, nas relações comerciais, evidenciando o que a torna diferente das demais.

A cachaça participa nesse processo a partir de um movimento dos produtores que ganha corpo com a influência de grandes destilarias. Veremos que a definição e o reconhecimento da cachaça enquanto um Patrimônio Cultural e Imaterial do país surge de um pedido da indústria que não conseguia abrir mercado para o destilado brasileiro nos Estados Unidos. O governo é pressionado a gerenciar o padrão de qualidade da cachaça e proteger o produto como uma denominação de origem brasileira.

Como no passado, são os interesses econômicos que promoverão as novas discussões sobre as características que distinguem a cachaça enquanto signo que se individualiza. Agora, como um *branding* territorial ou uma marca do Brasil.

3.7. Os lugares da cachaça na legislação

A cachaça está sendo discutida em suas questões regulamentares. Em essência, o argumento é o seguinte: é preciso atualizar o arcabouço normativo para adequar a produção aos avanços da ciência, da indústria e do mercado de bebidas, principalmente o mercado internacional. Atualmente, a definição do que é uma cachaça em relação aos aspectos de padronização e tecnológicos passa pelo governo federal. O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) é responsável pela padronização, registro, classificação, inspeção e fiscalização da produção de bebidas no Brasil (BRASIL, 2009).

Os primeiros registros de regulamentação para a cachaça datam do século XVII, destinados à proibição da fabricação do destilado e também do vinho de mel pela colônia, de forma que não fossem concorrência ao vinho português vindo da metrópole. Ainda que o consumo dos produtos portugueses se limitasse às pessoas mais ricas das capitânias (CAVALCANTE, 2011a, p. 218). A primeira legislação para a cachaça de que se tem notícia, no entanto, só viria a surgir três séculos depois em um movimento de institucionalização da cachaça que acompanhou o processo.

O Decreto n.º 73.267, de 6 de dezembro de 1973, que regulamentava a lei n.º 5.823, de 14 de novembro de 1972, durante a ditadura militar, tratou do registro e padronização de bebidas, permitindo a produção de destilados apenas a destilarias registradas no país. O texto foi publicado dois anos antes da assinatura do Pró-Álcool, em 1975, que embora fosse voltado à produção de álcool combustível, impactou na produção da cachaça, principalmente, pelo método de destilação em coluna. Antes disso, em 1933, o governo federal já havia criado o IAA. A autarquia regulou a agroindústria canavieira por cinquenta e sete anos, definindo e monitorando cotas de produção de açúcar e álcool. Sendo extinta pelo presidente Fernando Collor, em 1990¹⁴.

De volta ao decreto, é interessante notar que o documento de 1973 fazia uma distinção entre Aguardente de Cana e Cachaça, sendo a primeira oriunda da destilação do mosto fermentado de cana-de-açúcar, sem citar se a origem desse mosto seria o caldo fresco de cana; e a segunda do mosto fermentado de melaço. Com o passar dos anos, essa definição foi redefinida, como veremos adiante.

Do Decreto (BRASIL, 1973):

Art. 105. Aguardente de cana ou caninha é a bebida com a graduação alcoólica de 38 (trinta e oito) a 54° G.L. (cinquenta e quatro graus Gay Lussac), obtida do destilado alcoólico simples de cana-de-açúcar ou pela destilação do mosto fermentado de cana-de-açúcar, podendo ser adicionada de açúcar até 0,6g (seis decigramas) por 100 ml

¹⁴ O Instituto do Açúcar e do Alcool foi extinto pelo Decreto n. 99.240, de 07/05/1990.

(cem mililitros). Art. 106. Aguardente de melação ou cachaça é a bebida com a graduação alcoólica de 38 (trinta e oito) a 54° G.L. (cinquenta e quatro graus Gay Lussac), obtida do destilado alcoólico simples de melação ou pela destilação do mosto fermentado de melação resultante da produção do açúcar até 0,6g (seis decigramas) por 100 ml (cem mililitros).

Essa normativa foi revogada vinte e quatro anos depois, por outro Decreto de nº 2.314 de 1997, o qual também regulamentou a Lei de Bebidas nº 8.918, de 14 de julho de 1994 (BRASIL, 1997). A nova lei dispunha sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas trazendo novidades. A grande mudança para a cachaça, neste texto, estava na definição. A cachaça, assim denominada, deixou de ser uma aguardente produzida com melação para integrar, ao lado dos termos aguardente de cana e caninha, o destilado produzido a partir do mosto fermentado da cana-de-açúcar. Com isso, a cachaça começa a se afastar de outras aguardentes fabricadas com melação, rapadura e melado, na tentativa de construir uma identidade própria em oposição e dissociação do rum caribenho.

Mas a cachaça também enfrentava um problema técnico-produtivo. O resultado de análises de amostras de cachaça coletadas pelo MAPA em Paraty (LEÃO; FREIRE, 2021, p. 177) e outras cidades produtoras revelava excesso de alguns parâmetros, que tornavam o produto não recomendado ao consumo humano e condições precárias no ambiente de trabalho. Naquele mesmo ano, seria lançado o PBDAC, com participação do Governo Federal ¹⁵.

O PBDAC tinha como um dos objetivos prioritários a capacitação do setor em eficiência e qualidade. Se de um lado, a tentativa era a valorização da imagem da aguardente de cana nacional como um produto genuinamente brasileiro e símbolo do povo que culminaria, quatro anos depois, em 21 de dezembro de 2001, com o decreto que instituiu a cachaça como primeira indicação geográfica do país; de outro, no âmbito econômico, buscava-se esse afastamento como diferencial para que o destilado pudesse competir no mercado internacional, definindo alguns dos indicadores de qualidade aplicados até hoje e as bases da cachaça como *branding*.

A partir da oficialização da cachaça como Indicação geográfica do país, o termo passou a ser denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, sendo o texto incluído e atualizado nos decretos e leis vigentes que tratavam da padronização e classificação das bebidas.

Tabela 3 – Denominações das aguardentes de cana, melação e cachaça no Brasil, segundo decretos

	Aguardente de cana	Cachaça	Aguardente de melação	Rum
1973				

¹⁵ O PBDAC foi criado dentro da Associação Brasileira de Bebidas - ABRABE, em novembro de 1997, pelos produtores de cachaça, com a participação do Ministério da Agricultura e Abastecimento, do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e do Ministério da Ciência e Tecnologia, com o propósito de organizar o setor em torno de três objetivos básicos: 1. Valorizar a imagem da cachaça; 2. Organizar o setor de Cachaça; e 3. Dar suporte técnico-comercial aos produtores (AGROLINK, 2002).

Gradação alcoólica	38 a 54% vol.	38 a 54% vol.	38 a 54% vol.	38 a 54% vol.
Ingrediente básico	Destilado alcoólico simples de cana-de-açúcar Mosto fermentado de cana-de-açúcar	Destilado alcoólico simples de melão Mosto fermentado de melão	Destilado alcoólico simples de melão Mosto fermentado de melão	Destilado alcoólico simples de melão Caldo de cana-de-açúcar e melão Envelhecido em madeira
Adição de açúcares	0,6g por 100 ml	0,6g por 100 ml	0,6g por 100 ml	0,6g por 100 ml
	Aguardente de cana	Cachaça	Aguardente de melão	Rum
1997				
Gradação alcoólica	38 a 54% vol.	38 a 54% vol.	-	35 a 54% vol.
Ingrediente básico	Destilado alcoólico simples de cana-de-açúcar Mosto fermentado de cana-de-açúcar	Destilado alcoólico simples de cana-de-açúcar Mosto fermentado de cana-de-açúcar	Produto obtido da destilação do mosto fermentado do melão, resultante da produção de açúcar de cana.	Destilados alcoólicos simples Mostos fermentados de caldo de cana-de-açúcar, melão e suas misturas Envelhecidos total ou parcialmente
Adição de açúcares	6g/litro	6g/litro	-	6g/litro
	Aguardente de cana	Cachaça	Aguardente de melão	Rum
2002/2003				
Gradação alcoólica	38 a 54% vol.	38 a 48% vol.	38 a 54% vol.	35 a 54% vol.
Ingrediente básico	Destilado alcoólico simples de cana-de-açúcar. Mosto fermentado de cana-de-açúcar.	Mosto fermentado de cana-de-açúcar.	Destilado alcoólico simples de melão. Mosto fermentado de melão. Pode ser adoçada e envelhecida	Destilados alcoólicos simples de melão envelhecido. Mistura dos destilados de cana-de-açúcar e de melão envelhecidos total ou parcialmente.
Adição de açúcares	6g/litro	6g/litro	Não limita	6g/litro
	Aguardente de cana	Cachaça	Aguardente de melão	Rum
2009				
Gradação alcoólica	38 a 54% vol.	38 a 48% vol.	38 a 54% vol.	35 a 54% vol.
Ingrediente básico	Destilado alcoólico simples de cana-de-açúcar. Mosto fermentado de cana-de-açúcar.	Mosto fermentado de cana-de-açúcar.	Destilado alcoólico simples de melão. Mosto fermentado de melão. Pode ser adoçada e envelhecida	Destilado alcoólico simples de melão. Mistura dos destilados de cana-de-açúcar e de melão envelhecidos total ou parcialmente.
Adição de açúcares	6g/litro	6g/litro	Não limita	6g/litro

Fonte: Elaboração própria (BRASIL, 1973; BRASIL, 1997; BRASIL, 2002; BRASIL, 2003b; BRASIL, 2009).

A definição da cachaça também foi posta na Instrução Normativa de nº 13, de 29 de junho de 2005, do MAPA que estabeleceu em treze tópicos, o regulamento técnico para a fixação dos padrões de

identidade, composição química e requisitos de qualidade para aguardentes de cana e cachaça comercializadas em todo o território nacional e destinadas à exportação (BRASIL, 2005). Entre as possíveis denominações para a bebida cachaça, de acordo com seu padrão de identidade e qualidade (PIQ), foram definidas: Cachaça, Cachaça Adoçada, Cachaça Envelhecida, Cachaça Premium e Cachaça Extra Premium; sendo todas exclusivas aguardentes de cana produzidas no Brasil, com graduação alcoólica entre 38 e 48% em volume (BRASIL, 2005).

A norma administrativa aparecia hierarquicamente depois da já citada Lei de Bebidas e do Decreto nº 6.871, de 4 de junho de 2009, o último que a regulamentou. No período em que vigorou, a IN 13 sofreu ao menos quatro alterações¹⁶ que incluíam novos limites do contaminante carbamato de etila e o prazo para sua adequação nos alambique e destilarias produtores de cachaça. Uma exigência baseada em indicadores internacionais e influenciada, em grande parte, pelo comércio exterior. O produto brasileiro, fora dessas especificações era barrado em países europeus e norte-americanos¹⁷.

O controle de qualidade na produção de cachaça também passou a levar em consideração características organolépticas e o controle de outras substâncias, como metanol e óleos fúseis. Estudos mergulharam no desenvolvimento de novos métodos de análise, redução de contaminantes e aprimoramento de técnicas produtivas. Insumos, adubos e substâncias utilizadas, desde a preparação do solo no canavial ao armazenamento, passaram a ser identificados e registrados, promovendo a rastreabilidade. E a partir de 2010, os produtores deveriam atender ainda à Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNSL), definida pela lei nº 12305, de 2 de agosto de 2010.

Como podemos perceber o arcabouço normativo para a produção e comercialização da cachaça é extremamente complexo e foi se alterando ao longo dos anos para atender novas normas nacionais e internacionais, dificultando um entendimento tanto por parte dos produtores quanto consumidores, assim como, permitindo diferentes interpretações em cada estado. Um dos exemplos está na medição do grau alcoólico para determinar se a bebida é uma aguardente de cana ou cachaça, principalmente no que diz respeito a bebidas armazenadas ou envelhecidas¹⁸, visto que esse procedimento tem potencial

¹⁶ A IN nº 28, de 8 de agosto de 2014 alterou o limite do contaminante carbamato de etila para quantidade não superior a 210ug/l (duzentos e dez microgramas por litro), alterada depois para 150ug/l; A IN nº 27, de 13 de setembro de 2012, estabeleceu prazo de 9 (nove) anos para adequação e controle do contaminante carbamato de etila; A IN nº 27, de 15 de maio de 2008, permitiu menção ao nome da Unidade da Federação ou da região em que a bebida foi elaborada, quando consistir em indicação geográfica registrada no INPI; e a IN nº 58, de 19 de dezembro de 2007, vedou a adição de substâncias, permite uso de água potável, obriga uso da expressão “armazenada” e acrescenta padrão gráfico para rótulos. Todas foram revogadas pela Portaria nº 539, de 26 de dezembro de 2022.

¹⁷ O engenheiro e especialista em cachaça, Manoel Agostinho Lima Novo, relata em seu livro, “Viagem ao Mundo da Cachaça”, que apesar da preocupação com o carbamato de etila ter surgido nos anos 80, no Canadá, e já ser estudado na década seguinte, no Brasil, o primeiro movimento do governo brasileiro para limitar os índices desse contaminante só aconteceu em 2004, visando a exportação de cachaça.

¹⁸ O que diferencia uma classificação de outra, tanto na Instrução Normativa nº 13 (2005), que foi revogada, quando na Portaria nº 539 (2022), em período de adaptação, é o tempo de maturação e a capacidade máxima do recipiente. O termo cachaça envelhecida é permitido para bebidas armazenadas em barris de madeira com

de alterar a graduação alcoólica da bebida e influenciar a retirada de extrativos da madeira que dão cor e sabor¹⁹.

Especialistas do setor argumentam que pouco isso afeta na escolha do consumidor final sendo questões mais ligadas ao processo produtivo do que de impacto final no copo, e, portanto, seriam de interesse maior dos integrantes do setor. A afirmação desconsidera o fato de que há consumidores cada vez mais preocupados com a origem e composição daquilo que consomem e as normativas compõem o arcabouço que sustenta os indicadores de qualidade da cachaça. A consolidação da cachaça como bebida de alto nível de qualidade parece estar sendo atrelada, essencialmente, às mudanças em andamento e o atendimento estrito a todas as condições, mas sem considerar o que o povo brasileiro, que é identificado por essa bebida, pensa ou gostaria que fosse integrado ou alterado em seu símbolo nacional.

O que define uma cachaça de qualidade e como os produtores trabalham para alcançar isso mudou ao longo dos últimos séculos e mais aceleradamente nos últimos cinquenta anos. A produção de cachaça tem passado por importantes transformações com avanço das pesquisas científicas, da ciência básica à aplicada, ampliando o entendimento sobre o destilado e abrindo novas possibilidades ao mercado. Apesar de todos os esforços de pesquisadores, especialistas e produtores, a cachaça tem experimentado um encolhimento do setor, na mesma medida em que outros destilados ganham espaço e status dentro do país, como a tequila e o rum.

Dados do Anuário da Cachaça mostram que o número de produtores de aguardente e cachaça sofreu uma queda de 22,26% no ano de 2019, quando comparado ao ano anterior. Em 2018 havia 1.397 produtores registrados no MAPA (BRASIL, 2019a), já em 2019, o número de estabelecimentos com registros válidos foi de 1.086 (BRASIL, 2020a). A partir da edição referente ao ano calendário de 2021, não é mais possível essa comparação ampla, pois o relatório anual deixou de contabilizar os estabelecimentos produtores de aguardente, em mais um movimento de cisão entre a bebida de status nacional e outras derivações alcoólicas de cana. O documento focou apenas nos produtores de cachaça, que tiveram queda de 1,5%, no acumulado 2018-2021 passando de 951 para 936 estabelecimentos registrados no país (BRASIL, 2022b).

Mas isso é apenas uma parte conhecida da produção, pois o setor ainda enfrenta a clandestinidade, demonstrando problemas tanto da ordem estrutural (fiscalização) quanto econômica (baixo incentivo a regularização) e ainda de comunicação (dificuldade de atingir os produtores não registrados). O volume de exportação do setor, no entanto, registrou aumento com recorde em 2022, quando US\$ 18,47 milhões em valor foram exportados. Essa é a maior cifra dos últimos doze anos,

até 700 litros por no mínimo um ano. O termo “cachaça armazenada” é utilizado quando a bebida fica em recipiente que não se enquadra nos critérios de envelhecimento.

¹⁹ A discussão levantada é se a checagem deve ser feita no momento em que o destilado é colocado nas dornas e barris ou quando vai para engarrafamento (PALAZI, 2021b).

segundo os dados do sistema Comex Stat, do Ministério da Economia, compilados pelo IBRAC (IBRAC, 2022; BRANDÃO, 2022).

No próximo item, será discutido mais detalhadamente as mudanças colocadas em consulta pública e aprovadas durante o período em que esse estudo se desenvolveu.

3.8. Revisando a norma para a nova cachaça

Num país de proporções continentais como o Brasil, o setor da cachaça possui características regionais que devem ser levadas em consideração na hora de promover uma mudança que impacta a produção nacional e regional. Assim produtores, entidades representativas da cachaça e o governo defenderam que ela fosse modernizada para acompanhar os avanços do segmento de bebidas alcoólicas, garantindo competitividade com outros destilados, além de melhorar dispositivos de fiscalização e preservar a saúde do consumidor.

O Instituto Brasileiro da Cachaça, entidade nacional representativa dos interesses do segmento produtivo da Cachaça, começou o processo de revisão da normativa da cachaça em 2009, três anos após sua fundação. Os primeiros debates levaram à redução dos níveis de carbamato de etila, um contaminante formado, principalmente, pela reação entre o etanol e composto nitrogenados (BORTOLETTO, 2015). Nove anos depois, em 2018, o IBRAC concluiu uma proposta de revisão da norma, sendo submetida e aprovada na agenda regulatória do MAPA em 2019.

Após dois anos, a Portaria nº 339 de 28 junho de 2021 foi publicada propondo uma série de mudanças que se consolidaram na Portaria nº 539 de 26 dezembro de 2022. Diversas iniciativas foram desenvolvidas entre os produtores buscando uma ampla discussão para a revisão do marco legal da cachaça. Contudo, os esforços para harmonizar a regulamentação, unificar e impulsionar o setor da cachaça não surtiram o efeito esperado. Os parâmetros químico-analíticos da cachaça não foram alterados, a exceção dos limites de arsênio e chumbo que foram retirados. Apesar do avanço em determinados pontos, como o reconhecimento do processo tecnológico adequado para a produção de cachaça e o fim do conflito de legislação sobre a liberação do uso de água potável na produção da aguardente de cana e cachaça, em relação à presença do cloro²⁰, o resultado é uma Portaria volátil que não soluciona os problemas da antiga IN nº 13, cria dispositivos difíceis de serem atendidos e ainda aumenta brechas semânticas.

Entre os pontos alterados no texto sugerido da nova norma e mantidos após publicação do novo marco regulatório, foram destacados o envelhecimento de cachaça com graduação alcoólica acima do limite padrão de 48% e a inclusão da denominação cachaça de alambique para cachaças destiladas de

²⁰ O composto não é indicado na fabricação de destilados, pois se transforma em substâncias indesejáveis no produto final (MAPA DA CACHAÇA, 2021). A nova redação permite exceção aos parâmetros de potabilidade em relação ao residual mínimo de cloro ou dióxido de cloro.

forma descontínua em equipamentos de cobre. O termo alambique não era proibido na antiga normativa, mas também não era reconhecido. Como visto na seção anterior, o limite de graduação alcoólica tem potencial de aumentar a segurança jurídica ao indicar que o produto a ser fiscalizado é aquele está pronto para o consumidor e reconhecer uma prática produtiva tradicional do país. No entanto, juridicamente permite que se embarrile um produto diferente, definido pela legislação como aguardente, e se venda depois cachaça.

Outras práticas produtivas centenárias, como o uso do fermento a base de fubá de milho ou outro grão, conhecido popularmente como pé-de-cuba, para a fermentação do caldo de cana-de-açúcar, para além da possibilidade de trazer no rótulo a classificação do método de destilação em alambique de cobre, também foram reconhecidas. Por outro lado, práticas consideradas nocivas, como a queimada dos canaviais²¹, muito comum na região nordeste, e inicialmente indicada para a proibição, foram permitidas com ressalvas²².

Um outro método já aplicado pelo setor e chamado de “chipagem”, considerado anteriormente como uma adulteração da bebida, foi regularizado pelo novo texto, desde que não comunicado nos rótulos como uma prática de envelhecimento. A técnica aplica lascas e pedaços de madeira para conferir características setoriais pela transferência de extrativos da madeira. Ela é vista como uma forma de reduzir o impacto ambiental em espécies de madeira aplicadas à tanoaria e ameaçadas de extinção, porém, também é questionada quanto a práticas desleais como a inclusão das lascas em barris exauridos de madeira para o envelhecimento e as dificuldades para fiscalização do uso desses fragmentos de madeira (ANPAQ, 2022; INOVBEV, 2023).

A portaria também vetou no rótulo, mesmo que previsto na marca comercial, “expressões que atribuam características terapêutica”, ou ainda expressões como: artesanal, colonial, caseiro, familiar, natural ou pura. As denominações Cachaça Premium e Cachaça Extra Premium, um dos Padrão de Identidade e Qualidade (PIQ) da cachaça, que eram contemplados na Instrução Normativa de 2005 e alvos de críticas, não foram retiradas, como indicava a Portaria nº 339 (2021), mas rebaixadas a itens de classificação. Esses termos têm grande apelo internacional para agregar valor à venda das cachaças no exterior e beneficia produtores com maior poder de investimento em barris de envelhecimento.

Segundo o MAPA os itens propostos passaram por análise de impacto regulatório (AIR), uma avaliação prévia dos possíveis efeitos para os produtores, fiscalizadores e consumidores, para subsidiar a tomada de decisão. É a primeira vez que uma norma do setor da cachaça passa por esse tipo de análise

²¹ Resultado de pesquisas científicas mostraram que o processo de queimada modifica a fisiologia e morfologia do colmo e, embora facilite e acelere a colheita, eleva a formação de substâncias desagradáveis e indesejadas comprometendo a qualidade da cachaça (ver mais em Lima Novo, 2011).

²² No caso específico da queima da cana, a prática não é indicada para cachaças de alambique, prevendo o texto da Portaria nº 539 de 26 de dezembro de 2022 que a cana usada por esse método produtivo deva ser crua.

(DEVOTOS, 2022; PALAZI, 2021c). A discussão, no entanto, não repercutiu de forma ostensiva na mídia, ficando restrita a círculos mais restritos e diretamente ligados ao setor da cachaça.

O MAPA, contudo, parece não ter levado em consideração algumas questões técnicas e científicas, dando a impressão de ter atendido a pressões de diferentes grupos sem um amadurecimento das ideias. Exemplo de inconsistências é a proibição de contaminantes microbiológicos e resíduos de agrotóxicos na cachaça, que devem ser controlados periodicamente com análises laboratoriais. Sendo os compostos alcoólicos antissépticos naturais, a cachaça se torna um ambiente hostil para esses microrganismos, que não se proliferam. Quanto aos agrotóxicos, como produtos oleosos, dificilmente são carregados e passam pelo processo de destilação, mostrando um desconhecimento de questões básicas da ciência (INOVBEV, 2023).

Tabela 4 – Comparativo entre principais dispositivos legais (PIQ Cachaça).

	(R*) IN 13 (2005)	Portaria 339 (2021) Consulta pública	Portaria 539 (2022)
1. Dispositivos legais	Até 2022, a legislação brasileira possuía ao menos 12 decretos, portarias e Instruções Normativas que regulamentavam a produção e comercialização de aguardente de cana e Cachaça.	Propôs a revogação da principal Instrução Normativa para fixação dos Padrões de Identidade e Qualidade da aguardente de cana e Cachaça (IN nº 13), além de outros quatro atos normativos relacionados a ela.	Revogou os atos normativos propostos pela Portaria nº 339 (2021), sendo eles: IN nº 13 (2005), a IN nº 58 (2007), a IN nº 27 (2008), a IN nº 27 (2012) e a IN nº 28 (2014).
2. Cachaça de alambique	Permite o uso de expressões relativas ao processo de destilação desde que não vinculadas à denominação da bebida. A classificação Cachaça de alambique não é regulamentada. O termo “alambique” sequer é citado na IN nº 13, embora bastante adotado por produtores como forma de se diferenciar no mercado.	O Governo reconhece e classifica a produção da Cachaça de alambique como prática cultural e tradicional, definindo o alambique de cobre como o equipamento de destilação por batelada, cujas partes que entram em contato com o mosto e vapores são constituídas na totalidade por cobre.	O processo de destilação em alambique de cobre passa a ser item de denominação da cachaça (facultativo), permitindo a classificação Cachaça de Alambique, quando produzida exclusivamente e em sua totalidade em alambique de cobre e obtida pela destilação do mosto fermentado do caldo de cana-de-açúcar crua.
3. Envelhecimento	Não cita sobre a graduação alcoólica permitida para o embarrilamento, para fins de envelhecimento de cachaça, abrindo margens à interpretação da legislação e criando insegurança jurídica para os produtores de cachaça no caso de uma fiscalização.	Permite que a cachaça seja posta nos barris com graduação alcoólica superior ao limite de 48% previstos no padrão de identidade e qualidade da cachaça, garantindo processos de envelhecimento mais eficientes e aumentando a concorrência com outros destilados.	Sobre a graduação alcoólica, permite que seja superior ao PIQ da cachaça para produtos em elaboração. Coloca que o envelhecimento só é declarado para produto acima de um ano de maturação em madeira. No caso de misturas de produtos (<i>blends</i>) será declarada a idade do produto mais novo. Não existe mais o termo cachaça ouro.

4. Rotulagem	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 4 de setembro de 1997, e atos administrativos complementares, revogado pelo Decreto nº 6.871, de 2009.	Deve estar de acordo com o estabelecido nos regulamentos técnicos específicos referentes à rotulagem de alimentos embalados, não indicando quais são. Sobre a declaração frontal, deve ser impressa na seguinte ordem: Cachaça, seguida do processo de destilação, do processo de maturação e do teor de açúcar.	Manteve-se a rotulagem com denominação extensa da cachaça e em caixa alta: Cachaça seguida de suas classificações de processo de destilação, maturação e teor de açúcar. “Ex: CACHAÇA DE ALAMBIQUE ADOÇADA ARMAZENADA E ACONDICIONADA COM CHIPS DE CABREÚVA E AMBURANA.
5. Cachaça armazenada	Obriga a declaração no rótulo da expressão “armazenada em (nome do recipiente e tipo de madeira)” para produtos armazenados em madeira com menos de um ano de maturação que não se enquadram nos critérios de envelhecimento.	Cria como denominação o termo “Aguardente de cana ou Cachaça armazenada” para bebidas armazenadas em recipientes de madeira, mas que não se enquadram nos critérios de envelhecimento.	Manteve o proposto na Portaria nº 339 de 2021, submetida à consulta pública. A grande diferença em relação à IN nº13 está na redação do texto.
6. Fiscalização	Traz a palavra órgão fiscalizador uma única vez, para o controle de produtos considerados “Reserva Especial”. Não apresenta de maneira clara em que momento a fiscalização deve ocorrer em outros casos, abrindo margem à interpretação da legislação e criando insegurança jurídica.	Estipula que a análise de fiscalização, para verificação do atendimento ao Padrão de Identidade e Qualidade da aguardente de cana e a da Cachaça, será efetuada na bebida pronta para o consumo, na garrafa ou a granel destinada à comercialização.	Manteve o proposto na Portaria nº 339 de 2021, submetida à consulta pública.
7. Mudança no padrão da água	Define que a água usada para produção da aguardente de cana e da Cachaça, deve ser potável. O problema é que, de acordo com os padrões de potabilidade, esse tipo de água contém cloro, que resulta em resíduos desagradáveis para a cachaça.	Corrige um conflito de legislação da IN nº13 colocando que a água utilizada no processo produtivo da aguardente de cana e da Cachaça deve atender aos parâmetros oficiais de potabilidade, exceto em relação ao residual mínimo de cloro ou dióxido de cloro.	Manteve o proposto na Portaria nº 339 de 2021, submetida à consulta pública.
8. Uso de lascas de madeira (Chipagem)	Veda o uso de lascas de madeira e maravalhas para correção, modificação da coloração original do produto armazenado ou envelhecido, e do produto submetido a estes processos.	Permite o uso de fragmentos de madeira com o objetivo de conferir à bebida características sensoriais, desde que o produto traga a informação no rótulo. Fica proibido o uso de expressões que remetam à ideia de envelhecimento.	Deve ser declarado no rótulo frontal de maneira clara e ostensiva, com caracteres de dimensões mínimas iguais às utilizadas na denominação do produto. Manteve proibição no uso de expressões que remetam à ideia de envelhecimento.

9. Pé-de-cuba: fermento caipira	Não impede, mas também não autoriza o uso tradicional do fermento caipira, como fubá de milho e arroz, para promover a fermentação do caldo de cana.	Permite a utilização de substância amilácea (encontrada em alimentos que contenham amido como o milho e o arroz) para suporte ao início da fermentação, bem como o uso de coadjuvantes de tecnologia previstos pela Anvisa.	Manteve o proposto na Portaria nº 339 de 2021, submetida à consulta pública.
10. Artesanal, Premium, Extra Premium e Reserva Especial	Permite o uso das expressões Premium (para cachaças envelhecidas em madeira por mais de um ano), Extra Premium (para cachaças envelhecidas por mais de três anos) e Reserva Especial (para cachaças comprovadamente diferenciadas sensorialmente), mas veda uso do termo “Artesanal” como designação, tipificação ou qualificação.	Veda o uso das expressões que atribuam características terapêutica, medicamentosa ou de superlatividade, tais como artesanal, colonial, caseira, familiar, natural, 100% natural, <i>premium</i> , <i>extra premium</i> , reserva, pura ou similares, exceto quando previstas em legislação específica.	Veda o uso das expressões que atribuam características terapêutica, medicamentosa, tais como: artesanal, colonial, caseira, familiar, natural ou pura, exceto quando previstas em legislação específica. Não terá proibição ao termo “reserva” e poderá ser usada a expressão <i>premium</i> para bebida envelhecida por no mínimo uma no e <i>extra premium</i> para bebida com no mínimo 3 anos. A informação é dissociada da denominação, sendo apenas uma descrição do produto.

Fonte: Organização da autora (BRASIL, 2005; BRASIL, 2021c; BRASIL, 2022a).

3.9. Considerações finais

Como visto neste capítulo, a história da cachaça como bebida nacional registra um marco a partir dos escritos e da inquietação do historiador Luís da Câmara Cascudo (1898-1986) sobre a origem da palavra que designa o destilado de cana-de-açúcar produzido em praticamente todo o Brasil. O autor de *Prelúdio da Cachaça e História da Alimentação no Brasil* descreve a cachaça como sujeito central no processo histórico. Uma visão idealizada e que atenua relações conflituosas, mas percorre toda a produção literária posterior sobre o destilado, sendo reconhecida por seu pioneirismo (SOUZA, 2007; AVELAR, 2015).

A definição do que é cachaça e de quais características e modos produtivos estão envolvidos em sua fabricação passam, como descrito, pelos governos e pelas legislações. O marco legal dessa consolidação foi um Decreto presidencial (BRASIL, 2001) que reconheceu a cachaça como a bebida tipicamente brasileira. Passada mais de duas décadas, o país ainda negocia para que a denominação seja aceita em outros países, enquanto rediscute questões regulamentares. O capítulo também abordou um breve percurso histórico da bebida em aspectos normativos, com um dos primeiros registros oficiais de proibição no século XVII, e como a cachaça passou de produto marginalizado a fomentado, sempre a partir de interesses econômicos dominantes.

Vimos também os motivos que tornam a definição confusão sobre o que é uma cachaça, especialmente porque apresenta como diferenciação principal a graduação alcoólica da bebida e o tratamento da matéria-prima. Essa caracterização foi, ainda, sendo alterada ao longo do tempo. A palavra dicionarizada no início do século XVIII trazia cachaça como a aguardente de mel ou melaço de cana. Hoje, essa é a definição para aguardente de melaço e rum, que são duas tipificações diferentes, adotadas para destilados de cana. Termos como bêbado e paixão também foram sendo agregados e dicionarizados como sinônimos de cachaça e permeiam a construção cultural desse elemento do cotidiano.

Tratamos também da cachaça, enquanto símbolo de identidade do Brasil. Vimos que a noção de cachaça como “aguardente do país” (CASCUDO, 2006) remonta ao século XIX, com o naturalista Saint-Hilaire. Trata-se de construção simbólica, marcada por interesses econômicos e políticos, que carregam ecos do passado histórico e social. Renato Ortiz (2006) afirma que não existe identidade única e autêntica. A identidade, nessa concepção, seria uma construção plural formada por diferentes pessoas em diferentes momentos históricos. Dessa forma, a cachaça enquanto símbolo identitário do povo brasileiro possui camadas históricas que atravessam os séculos, transformando o destilado em um ícone complexo e em movimento.

A cachaça surgiu no período da invasão europeia, no litoral entre São Paulo, Bahia e Pernambuco, com início da produção açucareira, estimada entre 1516-1534 (DA SILVA, 2018). Um “alimento-droga” (CARNEIRO, 2003) usado para inebriar o sofrimento de pobres e escravos. Depois, com a popularização, passou a ser fabricada com o melaço da cana e também o suco fresco, produtos mais nobres da agroindústria canavieira. A etimologia da palavra, apesar dos esforços de Câmara Cascudo e de outros pesquisadores que o sucederam, é vaga com derivações que apontam indícios de origem nas culturas africana e europeia.

Vale notar que o arcabouço normativo para produção e comercialização da cachaça também apresenta alterações ao longo dos anos, para se adequar às novas normas nacionais e internacionais, algumas baseadas em evidências científicas e outras voltadas para atender tão somente ao mercado. Essa complexidade causa múltiplas interpretações e compromete a compreensão e a aplicação, na prática, de padrões produtivos que garantiriam a qualidade e reduziriam a clandestinidade.

Associado a isto, a revisão do marco legal da cachaça foi vista como um processo direcionado mais aos produtores e agentes reguladores e fiscalizadores do que à sociedade. Apesar de colocada em consulta pública não ganhou repercussão fora dos círculos de produtores e pessoas envolvidas com o setor. No fim, o próprio setor necessita de informações sistemáticas sobre si mesmo e veremos no capítulo a seguir dispositivos que estão sendo aplicados para comunicar informações associadas à qualidade da cachaça, sua origem, história, cultura e singularidade.

4. INDICADORES DE QUALIDADE

Escolher uma cachaça pode ser um processo bastante complexo e multidimensional, que inclui um conjunto de variáveis subjetivas e objetivas, tais como o gosto pessoal, aspectos financeiros, culturais, de informação, de identificação e sensoriais. Este capítulo se aprofunda em alguns dos indicadores de qualidade da cachaça, apresentando os principais signos distintivos que orientam a escolha. Apresenta os diferentes tipos de marcas distintivas que compreendem as etiquetas individuais, coletivas e de certificação, faz um recorte para as indicações geográficas, citando o caso da Tequila – usada como parâmetro de sucesso comercial para as medidas adotadas para a cachaça e, ao mesmo tempo, não-sucesso quando avaliado alguns indicadores de desenvolvimento regional – e mostra a cultura de listagens com a disseminação dos rankings de destilados dentro e fora do Brasil. Quando uma determinada marca passa a ser conhecida, o consumidor tende a valorizar os signos envolvidos na construção dela. Essa reputação pode aumentar o valor do produto no mercado e sua demanda, reafirmando processos produtivos tradicionais e culturais, se apropriando deles ou recriando-os. Ao mesmo tempo em que movimenta um mercado de informação, no qual a comunicação da cultura é íntima e a ciência se apresenta ou tem espaço para tal.

4.1. Cachaça e signos distintivos: a criação de etiquetas de qualidade

O mais antigo alambique de cachaça em funcionamento no Brasil é o Engenho Boa Vista, localizado na cidade de Coronel Xavier Chaves, na região da Estrada Real em Minas Gerais²³. A primeira produção oficial é de 1755, segundo registros da fazenda, enquanto a construção do prédio data de 1717, de acordo com os inscritos de um bloco encontrado pelos proprietários durante uma reforma do engenho. A cachaça de Coronel Xavier Chaves, fundada em 1775 (GERK *et al.*, 2022), carrega uma história bem peculiar da região onde é fabricada - ligada à família do Patrono do Brasil, Joaquim José da Silva Xavier, o Tiradentes – e afirma produzir o destilado seguindo uma receita tradicional centenária²⁴.

²³ Segundo informação da EMBRATUR (INSTITUTO ESTRADA REAL, 2022).

²⁴ Escrevi um artigo sobre o Engenho Boa Vista baseado em entrevista com o proprietário Nando Chaves (PALAZI, 2020).

Essa história não está totalmente contada em linhas e símbolos nos rótulos das marcas de cachaça fabricadas pelo engenho, mas a origem que remete a produção de um bem de base cultural, próprio daquele local, é descrita aos compradores com signos que indicam a origem onde a bebida foi destilada. Seja no nome da cidade Coronel Xavier Chaves, do engenho Boa Vista ou, mesmo, na representação gráfica com um desenho da propriedade, quem olha para a garrafa, ainda que não conheça a região, consegue se orientar geograficamente por esses sinais. Uma informação importante quando analisamos as características do Brasil, que abrangem um universo de 11.023 estabelecimentos produtores de cachaça distintos espalhados pelo país²⁵, segundo o último Censo Agropecuário do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2017)²⁶.

Figura 2 – Rótulos das cachaças mineiras produzidas no Engenho Boa Vista.



Fonte: Mapa da Cachaça.

Há vários exemplos que ilustram a ação do homem historicamente na produção de sinais sobre objetos para distinguir autoria, propriedade ou qualidades, muitos dos quais remontam à Antiguidade, com inscrições que eram feitas nas ânforas de vinho²⁷. Uma das mais antigas menções a um produto que buscava diferenciação, por associação a uma origem geográfica específica, remonta da Grécia antiga, como o vinho da ilha grega de Chios, no século V a.C. (WIPO, 2021). Ao longo da história, os signos se mostraram como importantes instrumentos de comunicação e representação pelos quais as informações se manifestam na realidade.

²⁵ A título de comparação, em 1935, o número fábricas de aguardente relatado no livro “Canaviais e Engenhos na vida política no Brasil”, publicado pelo Instituto do açúcar e Álcool era de 11.224 (apud CAVALCANTE, 2011a, p. 337).

²⁶ O dado contabiliza estabelecimentos registrados e não registrados no MAPA.

²⁷ Uma obra referência que aborda o percurso histórico dos signos distintivos desde a Idade Média até a contemporaneidade está em “A Estrutura dos Sistemas de Patentes e de Marcas – Passado, Presente e Futuro”, de Nuno Pires de Carvalho.

Na Teoria da Comunicação há duas principais concepções de signo. Nos estudos da linguística, o signo é palavra, oral ou escrita. O chamado signo linguístico é a união de uma imagem acústica a um conceito, produzido pela articulação dessas duas instâncias: o significante e o significado²⁸. Na semiótica, signo abrange tudo o que contenha um significado. A comunicação é estudada no intermédio de outras linguagens, verbais e não-verbais, como as imagens, os gráficos e até as sensações, a partir de três tipos de signos: ícone (representação por semelhança), índice (representação por conexão) e símbolo (representação por convenção)²⁹. Quando um signo busca estabelecer distinção ou diferença de algo em relação a outro semelhante, falamos em signos distintivos.

No ordenamento jurídico e econômico, signos distintivos são sinais usados para identificar e distinguir produtos ou serviços, empresas, estabelecimentos, regiões ou localidades (WIPO, 2021). Dito de outra forma, a percepção significativa que um objeto (origem) tem para o interpretante (consumidor ou produtor) (BRUCH; KRETSCHMANN, 2014). Essa proteção refere-se, em geral, a um elemento normativo que envolve regras e a outro elemento processual que envolve infraestrutura institucional (VIEIRA *et al.*, 2019). As marcas das cachaças são exemplos de bens simbólicos protegidos pela legislação brasileira e internacional, mas não são os únicos signos distintivos de qualidade permitidos e usados para diferenciar cachaças, como trataremos ao longo desse capítulo.

A ideia de signos distintivos como bens simbólicos, vale dizer, é uma concepção moderna. De acordo com o sociólogo Pierre Bourdieu (1989), a partir do século XX, as relações deixaram de ser vinculadas a aspectos somente materiais, como o dinheiro, e passam a derivar de uma complexa articulação de elementos, incluindo a cultura e os elementos simbólicos. Nesse mercado de bens materiais e imateriais, a procura da distinção “produz separações destinadas a serem percebidas ou, melhor, conhecidas e reconhecidas como diferenças legítimas” (BOURDIEU, 1989, p. 144). O que Bourdieu chamou de “mercado de bens simbólicos”.

As transformações que se sucederam permitiram a constituição de um público de consumidores virtuais e garantiram a multiplicação e diversificação de instâncias de consagração (VITORINO SAMPAIO, 1993), que passaram a competir pela legitimação do prestígio e da honra (reconhecimento) das cachaças, tais como INPI, Inmetro, ANPAQ, IBRAC, *Spirits Selection* e Cúpula da Cachaça. É como se estivéssemos vivendo uma sociedade dos ícones ou signos, uma (i)conomia (ROQUE DALLABRIDA *et al.*, 2017), o que explica a profusão de selos distintivos disponíveis para o destilado brasileiro.

²⁸ Concepção baseada nos trabalhos de Ferdinand Saussure (1857-1913).

²⁹ Concepção baseada nos trabalhos de Charles Sanders Peirce (1839-1914).

4.1.1. As singularidades da cachaça

Antes de chegar ao consumo, a cachaça passa por diversos processos que demandam a ação de pessoas especializadas ou com tradição no fazer técnico e cultural da bebida. O processo de destilação e depois, o processo de armazenamento e preparação do lote, nem sempre são realizados pelo produtor. Em algumas destilarias, há por exemplo, a figura do mestre alambiqueiro ou *master distiller*, encarregado de acompanhar o processo de produção da cachaça, sobretudo a etapa final da destilação (MAPA DA CACHAÇA, 2019b), e do *master blender*, uma espécie de agenciador de cachaças que cataloga o acervo e cria misturas usando bebidas de diferentes idades e barris, no caso das armazenadas e envelhecidas, para desenvolver produtos diferenciados sensorialmente (NOVO, 2020).

Ter um mestre alambiqueiro ou *master blender* renomado no mercado é comunicado como diferencial de qualidade por diversas marcas. A definição de qualidade da cachaça, portanto, aqui, se constrói influenciada socialmente por um conjunto de atores que garantem e analisam complexidade, harmonia e equilíbrio da fórmula (*idem*).

Esse mercado de cachaças finas, funciona por uma lógica que o sociólogo Lucien Karpik (2008) nomeia de “economia das singularidades”. Nessa economia da qualidade, as escolhas são orientadas por dispositivos de julgamento, que constroem a confiança indispensável para que o modelo funcione. Sob a ótica de Karpik, a busca do ‘bom’ produto funda a primazia da concorrência pelas qualidades sobre a concorrência pelos preços (KARPIK, 2008). Assim, quanto mais raro, mais singular o produto será.

Esse princípio da exclusividade explica uma única garrafa de cachaça ser arrematada por 66 mil reais, como aconteceu em 2021, no sul do país (DEVOTOS, 2021a). A cachaça em questão foi produzida pela empresa gaúcha Weber Haus, em edição especial de apenas mil unidades para o aniversário da marca (DEVOTOS, 2021a). A bebida foi envelhecida por 21 anos em barris de carvalho e bálsamo - um tempo bastante incomum para o destilado brasileiro – e comercializada com um diamante lapidado. O valor vultoso foi pago por um colecionador que almejava ter algo único, ao adquirir a garrafa de número 1 da série (DEVOTOS, 2021a). Mas a singularidade também pode ser construída por outros mecanismos.

A produção de cartas de cachaça, publicações que apresentam uma seleção de marcas escolhidas por um profissional (MAPA DA CACHAÇA, 2021b) ou um conjunto de atores que podem envolver o poder público e órgãos de representatividade, como as associações de produtores, têm promovido listagens que buscam orientar a escolha diante de um recorte desse universo de marcas das mais diferentes regiões. Esses guias, bilíngues e até trilingues, apresentam perfis históricos, detalhes técnicos produtivos, mas também ensinam como degustar e harmonizar os diferentes produtos.

O objetivo é oferecer informações básicas e consistentes para informar apreciadores, contribuir com a formação de recursos profissionais e a divulgação de cachaças selecionadas, informa a APACERJ

no livro dedicado às cachaças do Rio de Janeiro (APACERJ, 2014); traz também a história da bebida no Brasil e o “espírito dos engenhos” (FERNANDES, 2017), anuncia publicação sobre a Carta de Cachaças da Paraíba; e destaca “a importância da produção de cachaça de alambique nos municípios” (SÃO PAULO, 2022), diz matéria sobre o lançamento do guia no estado de São Paulo.

O interesse por informações relacionadas às cachaças e aos processos que conferem qualidade à bebida é crescente também, porque o próprio movimento de institucionalização e exportação da cachaça está sendo estimulado. O aumento expressivo do valor das exportações em comparação ao volume, no primeiro semestre de 2022, mostra que produtos de maior valor agregado tem ganhado mais espaço no mercado global de destilados. As exportações brasileiras de aguardentes derivadas de cana somaram US\$ 18,47 milhões entre janeiro e novembro de 2022, o melhor resultado da série histórica desde 2010, de acordo com a plataforma *Comex Stat*, do Ministério da Economia. Estados Unidos, Alemanha, Portugal, Itália, França e Paraguai são os principais mercados consumidores (IBRAC, 2022; BRANDÃO, 2022); e São Paulo o maior estado exportador de cachaça (FERNANDES, 2022).

4.1.2. Divulgadores da cachaça

As marcas de cachaça têm competido por consumidores dispostos a investir mais para ter acesso a um produto que apresente diferenciação, inovação e qualidade garantida (FERNANDES, 2022). Do outro lado, há interesse das pessoas por informações que facilitem a tomada de decisão e torne o processo mais certo. As publicações especializadas como os sites “Devoto da Cachaça”, surgido em 2016, e “Mapa da Cachaça”, com projeto de 2010, são alguns dos veículos de comunicação que se destinam a divulgar opiniões, entrevistas, informações e recomendações que orientam sobre os indicadores de qualidade do destilado nacional.

Em formato de revista, encontramos a *Cachaça em Revista*, publicada pela Cúpula da Cachaça, com artigos escritos pelos especialistas que compõe a organização, em formato mais opinativo, e a *Cachaça com Notícias*, editada pela ANPAQ, que reúne conteúdos de diversos colaboradores, além de uma lista de cursos e eventos sobre cachaça organizados no país. Ambas, em formato impresso e digital, sendo esta última de acesso aberto. No formato podcast, temos, de forma mais consistente, o *Canal da Cachaça*, apresentado pelo pesquisador e autor de livros Jairo Martins da Silva, desde agosto de 2020. E na TV, destaca-se o quadro “Segredos do Alambique”, apresentado pelo jornalista e membro da Cúpula da Cachaça, Sidnei Maschio, no programa Bem da Terra, do canal Terraviva, também desde 2020.

Esse breve mapeamento não engloba outras divulgações sobre cachaça produzidas por veículos de imprensa ou divulgadores autônomos, feitos de forma pontual, e que poderiam ser objeto de um estudo específico. Fato é que a mídia, por seus processos produtivos, costuma refletir a cachaça em datas específicas ou a partir de divulgações que rompem o *status quo*, como a divulgação de listas, rankings, pesquisas, eventos e outros fatos que se enquadrem nos critérios de noticiabilidade (TRAQUINA, 2005)

desses veículos. Essa circulação de informações e dados também caracteriza o paradigma da “Sociedade da Informação” (CASTELLS, 2003), que tem estes elementos como centrais em toda atividade humana. Para o sociólogo da comunicação, Manuel Castells, a sociedade caminha para um consumo de informação e de dados cada vez maior.

A divulgação de selos de indicadores de qualidade da cachaça se insere neste contexto, uma vez que gera um consumo, o qual alimenta a imprensa, que alimenta os consumidores de informação e gera amplo interesse. Numa breve passada de olhos pelos rótulos das cachaças ou em guias, listas e rankings podemos saber quais são as melhores cachaças de um determinado ano ou região e “manchetar” de forma curta e certa: “Cachaça da Região Serrana do Rio é eleita a melhor do Brasil” (LANDIM, 2022) ou “Cachaça paulista é eleita a melhor do mundo em concurso internacional” (STORCH, 2022). Uma informação curta, fácil de ser compartilhada e consumida, que pode ser um chamariz para um aprofundamento que englobe os elementos da cultura da ciência.

4.2. Cachaça e divulgação científica

Desde o século XX pode-se dizer que a cachaça vem sendo objeto de difusão de saberes. O período marcado pela turbulência política e cultural e pelo progresso científico-tecnológico do período pós-guerra levou ao aumento das atenções sobre a ciência e seus impactos (ALBAGLI, 1996), e incluiu expressões locais de cultura brasileira no centro das pesquisas. Nesse contexto surgiram operações de memória importantes e mais sistematizadas, que ajudaram a racionalizar a cachaça enquanto um objeto histórico, científico e cultural, como visto no primeiro capítulo. A divulgação da ciência como um campo de estudo, entretanto, data de um período ainda mais recente, iniciado lentamente na década de 1980 (MASSARANI, 2018).

Ícone da divulgação científica brasileira, José Reis define a atividade como "a veiculação em termos simples da ciência como processo, dos princípios nela estabelecidos, das metodologias que emprega", de forma contextualizada e sem estereótipos (REIS apud MASSARANI; ALVES, 2019). Essa integração entre sociedade e ciência inclui o cidadão no debate de temas que podem impactar sua vida, como pontua Wilson Bueno (1985). Para o autor, a Divulgação Científica depende do uso de processos e recursos técnicos e está contida dentro de um conceito mais amplo. Dessa forma, a Divulgação Científica, a Comunicação Científica e o Jornalismo Científico estariam integrados à Difusão Científica.

Os termos, embora muito parecidos, revelam nuances importantes de se destacar, ou níveis de discurso diferentes (BUENO, 2010). A difusão da ciência seria “todo e qualquer processo ou recurso utilizado para a veiculação de informações científicas e tecnológicas” (BUENO, 1985). Sob esse grande “guarda-chuva”, a divulgação e comunicação da ciência se diferenciariam pelo público-alvo, sendo a primeira mais ampla e direcionada para pessoas não-necessariamente especializadas, enquanto a

segunda pressupõe o uso de códigos nem sempre compreendidos pelos não-iniciados da área. Por fim, o Jornalismo Científico, seria “um caso particular de divulgação científica”, orientado pelos princípios que regem a atividade jornalística, como a periodicidade, a objetividade e a atualidade (BUENO, 1985).

Fernandez, Bello e Massarani (2015) apontam que a falta de uma definição de reconhecimento internacional causa dispersão de denominações e conceitos. Observando a linha tênue sobre os termos e a abrangência da divulgação científica em diferentes espaços e suportes, Fioravanti (2022) propõe um novo olhar. O conceito adotado pelo autor define a divulgação científica no Brasil como:

(...) apresentação de informações e descobertas (recentes ou não) ou do conhecimento científico e tecnológico (recente ou não) fundamentado em estudos, reflexões ou observações, dirigidas para um público heterogêneo, formado por pessoas que leem apenas em português e se interessam por descobertas científicas, com o propósito de informar, explicar ou ensinar (FIORAVANTI, 2022, p. 2).

Assim, ele considera uma circulação mais ampla que ultrapassa os museus, as universidades e as mídias especializada e jornalística, abarcando também empresas de base tecnológica, suportes de mensagem, iniciativas individuais como os blogs, eventos entre outros. Essa visão já havia sido citada por Bueno ao contemplar a divulgação científica como algo não restrito apenas aos meios de comunicação de massa, indicando que até determinadas campanhas publicitárias ou de educação poderiam conter expressão da cultura científica (BUENO, 2010). Para Carlos Vogt (2003), a expressão cultura científica engloba um campo vasto de significações, que contém termos como alfabetização, popularização e compreensão da ciência e a ideia de desenvolvimento científico como um processo cultural “para o estabelecimento de relações críticas necessárias entre o cidadão e os valores culturais, de seu tempo e de sua história”. Um conceito que se opõe e se complementa, sendo possível pela reflexão da própria ciência pela comunicação na forma de divulgação científica (VOGT; MORALES, 2018).

O papel social da divulgação científica vem evoluindo ao longo do tempo, como observado por Albagli (1996) acompanhando o próprio desenvolvimento da ciência e da tecnologia. Essa evolução, analisa Vogt (2003) acontece em movimentos ascendentes que possuem a Divulgação Científica no eixo final de uma espiral ilustrativa da cultura científica. Se o movimento de produção, formação, ensino e divulgação da ciência é contínuo, a tendência é o alargamento do conhecimento. Essa imagem ajuda a compreender como a democratização e o fácil acesso a informação, na sociedade do conhecimento (BOURDIEU, 1989) fizeram com que um grande número de narrativas contivesse elementos de processos, métodos ou algum tema historicamente ou culturalmente relevante sobre a cachaça.

A roda sensorial da cachaça é exemplo de uma metodologia desenvolvida na academia que vem sendo aplicada para a popularização da cachaça no Brasil. Formulada durante os estudos de Bortoletto (2016) na Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, da Universidade de São Paulo (ESALQ/USP), a roda sensorial da cachaça apresenta um perfil descritivo rápido para cachaças e aguardentes. O objetivo é fornecer termos descritivos padronizados e organizados que ativem a memória

sensorial para auxiliar provadores experientes, avaliadores e novos degustadores. Atualmente, o método contendo 50 definidores de aspectos visuais, aromáticos, gustativos e sensitivos é disseminado em cursos oferecidos pela INOVBEV, uma spin-off³⁰ da ESALQ/USP, bem como pode ser encontrado em diversos sites que se dedicam à divulgação da cachaça, mesmo que não especializados em ciência e tecnologia.

No ensino de ciências há autores, como é o caso de Rosiléia Almeida (2008, 2012), que estudaram o uso da divulgação de processos de produção de cachaça como ferramentas recursivas para o ensino de ciência em escolas. No estudo de caso conduzido em Abaíra, cidade baiana que tem o cultivo de cana-de-açúcar e a produção de cachaça como base econômica, a pesquisadora identificou que a aprendizagem interativa, estabelecendo relações com o cotidiano dos alunos e ancorada na experiência cultural da cidade, gerou oportunidades para ampliação dos conhecimentos científico e atribuição de novos valores a práticas locais de produção da cachaça.

Ao revisitar a pesquisa, no bicentenário da Independência, Almeida e Almeida Mendes (2022) afirmam que currículos de ciências contextualizados localmente, que abordem temas relevantes para as comunidades e os sítios regional, nacional e globalmente inspiram práticas educativas emancipatórias. Uma abordagem equilibrada e responsável de controvérsias, como o próprio consumo alcoólico e os prejuízos à saúde, podem contribuir para capacitar os estudantes e gerar a participação ativa em mudanças positivas na sociedade e no contexto social, pela formação do cidadão com opinião e visão crítica, ao mesmo tempo em que ajuda no entendimento de conceitos básicos. Alguns foram resumidos no trecho abaixo:

A cachaça permite a abordagem de conteúdos conceituais dos diversos componentes curriculares da Educação Básica. No caso do ensino de Ciências, conceitos como densidade, empuxo, misturas, reações químicas, trocas de calor, fermentação, destilação, osmose, entre muitos outros, podem ser abordados. No ensino de Matemática, conceitos de área, de volume e de superfície específica podem ser ensinados, bem como habilidades de uso de escalas, tabelas e instrumentos de medida. A educação ambiental também é um campo importante de abordagem no que se refere à destinação de vinhoto e uso de madeira, por exemplo, bem como a educação em saúde, no que se refere aos efeitos do álcool no organismo (DEVOTOS DA CACHAÇA, 2021b, [sem página]).

Um outro recurso interativo para a divulgação científica são os museus da cachaça dispersos pelo país. Diferente de alguns dos museus de ciência, concebidos como instituições responsáveis pela construção de saberes científicos historicamente situados (VOGT, 2003), os museus de cachaça estão mais associados à experiência da atividade turística do entretenimento ou ainda iniciado por colecionadores, sem ter necessariamente formação científica. Entretanto, esses espaços guardam e divulgam preciosidades da história da cachaça capazes de conectar passado, presente e futuro da

³⁰ Uma spin-off acadêmica é uma empresa que se origina de uma instituição de pesquisa ou universidade, com o objetivo de comercializar produtos, serviços ou tecnologias desenvolvidas a partir de conhecimentos e resultados de pesquisas acadêmicas protegidas ou não (INOVA UNICAMP, 2022).

produção do destilado nacional. Há ainda o reconhecimento de saberes tradicionais e da ciência rudimentar de séculos pré-científicos no Brasil, capazes de despertar o interesse pela história e ciência moderna da cachaça.

Um dos maiores e mais frequentados do país, o Museu da cachaça de Salinas, é vinculado à Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico da cidade no norte de Minas Gerais e recebe periodicamente alunos de escolas regionais, além de disponibilizar conhecimentos sobre a produção de cachaça para pesquisas acadêmicas (PREFEITURA DE SALINAS, 2022). Há também museus da cachaça privados e ligados à história industrial da bebida, como o Museu da Cachaça do Ceará, instalado na propriedade que sediou a primeira unidade da marca Ypióca, datada do século XIX e, hoje, parte de um complexo turístico (IPARK, 2022).

A tecnologia também permite exemplos de museus totalmente digitais, como o Museu da Cachaça de Santa Catarina. Ainda que seu idealizador esteja a procura investimentos para a consolidação de um espaço físico, o acervo já pode ser visitado virtualmente. O museu online abriga uma coleção particular com mais de 8 mil rótulos, miniaturas, garrafas e latas de cachaça. As imagens são disponibilizadas para consulta em site próprio. O projeto iniciado por um funcionário público busca ainda devolver edições históricas de aguardentes para alambiques do país, fomentando a cultura de preservação da história da cachaça (MAPA DA CACHAÇA, 2021).

O que também se pode observar, após levantamento, é que temas relacionados à ciência e à tecnologia passaram a ocupar espaço cada vez maior na imprensa tanto especializada da cachaça quanto jornalística. Em meio aos avanços e recuos em direção à modernidade da cachaça, é possível encontrar artigos, sobre trabalhos ligados ao destilado e desenvolvidos na academia, nos sites *Devotos da Cachaça* e *Mapa da Cachaça*. A pesquisa educacional de Almeida (2008, 2012), lexical de Pereira (2020), química de Castro *et al.* (2020) e médica de Cellia, Serrano Júnior e Lima (2022) são alguns dos exemplos, que mostram a diversidade dos temas abordados.

Os autores e editores demonstram uma preocupação ética e um esforço de apresentar processos, princípios e metodologias associados à ciência e à tecnologia, ainda que os veículos não sejam focados na divulgação da ciência. Os relatos ampliam a divulgação para um público mais amplo e são constantemente usados como fontes para pesquisadores acadêmicos. Esse movimento, da universidade para a sociedade e seu retorno, da sociedade para a universidade, é um claro exemplo da espiral da cultura científica de Vogt (2003).

Em formato de podcast, o já citado *Canal da Cachaça* é uma extensão do longo trabalho de pesquisa e consultorias de seu idealizador, Jairo Martins da Silva, autor de dois dos livros sobre cachaça utilizados nesta monografia. Em tom professoral, o apresentador conta histórias da cachaça e responde a dúvidas do público, como a pergunta se “A cachaça muda de cor quando submetida ao sol?” (CANAL DA CACHAÇA, 2022).

Na TV, o jornal diário de agronegócios do canal Terra Viva (Band) traz semanalmente o quadro *Segredos do Alambique*, que entrevista produtores, especialistas e também pesquisadores da área. O foco é o mercado da cachaça enquanto parte do agronegócio, mas a ciência ganha espaço na divulgação de métodos tecnológicos que auxiliem no ganho de rendimento e melhoria da qualidade ou apresentem curiosidades históricas ou não.

Outra publicação direcionada a curiosos da cachaça, mas com foco também nos produtores, a *Cachaça em Revista* (CÚPULA DA CACHAÇA, 2022) aborda artigos que apresentam, por exemplo, métodos e tecnologias atuais de intervenção na produção da cachaça, explicando, por exemplo, sobre nutrição e monitoramento de leveduras para um processo biológico fermentativo “inteligente” (CACHAÇA EM REVISTA, 2020).

Leitura indispensável para o acompanhamento da produção científica e tecnológica em São Paulo e no país, a Revista Pesquisa Fapesp, em diferentes ocasiões, também se ocupou da divulgação científica de temas ligados à cachaça. A edição nº 128, de 2006, destacava a colaboração de pesquisas do Laboratório para o Desenvolvimento da Química da Aguardente (LDQA), do Instituto de Química de São Carlos da Universidade de São Paulo (USP) na diferenciação entre o rum e a cachaça nos Estados Unidos, no início dos anos 2000 (OLIVEIRA, 2006). Mais recentemente, a edição 306, de 2021, trouxe um recorte da história do químico autodidata, João Manso Pereira (175?-1820), a quem são conferidas inovações nas técnicas de produção de aguardente que datam do final do século XVIII e início do XIX (FIORAVANTI, 2021).

Podemos citar ainda os muitos congressos, encontros e simpósios voltados para a produção e inovação no setor de bebidas e cachaça, vários dos quais criados nos últimos anos. Um trabalho de centralização dos eventos é feito pela ANPAQ com a atualização frequente de uma agenda de feiras, eventos e cursos, construída colaborativamente, por meio do e-mail da associação de produtores, e divulgada a associados e não-associados no site oficial (ANPAQ, 2022).

De formas diferentes, todos esses meios de comunicação são capazes de conectar os avanços e as questões relacionadas com a ciência e a tecnologia da cachaça aos interesses de pessoas comuns. E quanto aos rótulos, apresentam também elementos de divulgação científica como a hipótese deste trabalho levantou? Para ajudar a responder essa questão, apresentarei dois exemplos, mas antes, vejamos mais sobre rotulagem.

4.3. Cachaça e Rotulagem

Os rótulos são uma mensagem. E como um veículo de comunicação, agregam diferentes signos distintivos e selos de qualidade que podem ser conferidos à cachaça, os quais permitem atrair os olhos do comprador e fundamentar suas decisões de compra, e, ainda instigá-lo a procurar por mais informações sobre a história, ciência e cultura envolvidas naquela bebida. Para os rótulos de cachaça

são exigidos um conjunto de informações mínimas que permitam a identificação, atribuições, comparações e responsabilidade.

Entende-se por rótulo “toda inscrição, legenda, imagem ou matéria descritiva, gráfica, escrita, impressa, estampada, afixada, afixada por encaixe, gravada ou colada, vinculada à embalagem, de forma unitária ou desmembrada” sobre a embalagem, a cápsula ou material de vedação (BRASIL, 2009). Como uma bebida destinada ao consumo humano o rótulo da cachaça deve se enquadrar nas determinações do Governo Federal, Estadual e Municipal (Leis e Decretos) e dos Ministérios (Resoluções e Instruções Normativas) da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e da Saúde, mais especificamente a Agência Nacional de Vigilância Sanitária.

No capítulo 1, foi comentado sobre algumas expressões que são proibidas de serem usadas nos rótulos, como a palavra artesanal, e outras que foram recentemente reconhecidas legalmente, como a distinção da cachaça de alambique. Entre os elementos obrigatórios estão: o nome, o endereço e o CNPJ do produtor, importador ou engarrafador, assim podemos identificar que a cachaça de Coronel Xavier Chaves, citada na primeira seção deste capítulo, das outras mais de 4 mil marcas registradas no país (BRASIL, 2021b).

Os outros elementos são: a denominação do produto (cachaça); a marca comercial; a tipificação; o número do registro no MAPA; o conteúdo líquido; a composição; o número do lote; a validade (produto não perecível); o teor alcoólico (% vol); a expressão “Indústria Brasileira”; as frases de advertência, em destaque: “Evite o consumo excessivo de álcool” e “Proibida a venda a menores de 18 anos. Além disso, pelas novas regras de rotulagem nutricional aprovadas em 2020 e que entraram em vigor em outubro de 2022, é voluntário indicar o valor energético de bebidas alcoólicas (BRASIL, 2020b). Mas algumas empresas vão além do indicado.

A estética trabalhada, por exemplo, pela cachaça fluminense “Magnífica de Faria” reserva um espaço na parte frontal das garrafas e separada do rótulo tradicional para informar uma breve explicação sobre o método de destilação utilizado. Além de um diferencial da marca, aproveitado como recurso de marketing, a estratégia apresenta o alambique de três corpos, um sistema raro que se utiliza de três painéis de cobre para maior controle da destilação e separação de componentes indesejáveis (PALAZI, 2021b).

De forma mais discreta, a marca mineira de cachaça “Colombina” também informa que sua cachaça é “Armazenada em paróis de Jatobá” (PALAZI, 2021d). Para quem não conhece o termo, a palavra parol pode até passar despercebida, mas aqueles que se interessarem em procurar detalhes desse tipo de armazenamento, encontram mais informações desse sistema retangular e histórico, feito em madeira, que não usa nenhum outro elemento, como travas metálicas para acondicionar líquidos: “o

parol é uma ‘caixa cúbica’ com montagem de peças apenas em madeira, intertravadas”, diz o site da Cachaça Colombina³¹.

Se considerarmos a Divulgação Científica como proposto por Fioravanti (2022), esses rótulos de cachaça possuem elementos informativos sobre conhecimentos tecnológicos, fundamentados em estudos e observações, que circulam entre um público diverso. Os rótulos podem não ser ferramentas tradicionais de divulgação da ciência, mas apresentam um papel secundário de divulgadores de elementos com potencial de despertar e instigar a curiosidade sobre a ciência da destilação, a química do envelhecimento ou a engenharia para o armazenamento, para citar apenas alguns.

Dessa forma, assim como centros interativos, como o museu e a escola, ou essencialmente informativos, como revistas, programas de podcast e televisivos, os rótulos também são capazes de conectar questões relacionadas com a ciência e a tecnologia à sociedade, ainda que seu viés seja focado na mercadoria cachaça, pois como apontado por Bueno no início desta seção, até mesmo campanhas publicitárias ou de educação podem expressar a cultura científica (BUENO, 2010). A seguir vamos explorar um pouco mais sobre conceitos relacionados com os indicadores de qualidade da cachaça.

4.4. A marca comercial

O conceito de marca é abrangente, segundo a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI ou do inglês WIPO) e se refere à imagem de propriedade visual, emocional, racional e cultural que os clientes associam a uma empresa ou produto. Elas vão muito além da marca-registrada, e podem reunir em um só símbolo atributos intelectuais e emocionais, informações como o controle de qualidade produtivo e sensorial, os investimentos em pesquisa e desenvolvimento, a preservação da cultura e da história, a localidade da produção, a qualificação dos profissionais envolvidos, a imagem e reputação da empresa (WIPO, 2019).

³¹ Ver mais em: <https://cachacacolombina.com.br/historia/>

Figura 3 – Cachaça Ypióca



Fonte: Diageo.

O conceito de marca é abrangente, segundo a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI ou do inglês WIPO) e se refere à imagem de propriedade visual, emocional, racional e cultural que os clientes associam a uma empresa ou produto. Elas vão muito além da marca-registrada, e podem reunir em um só símbolo atributos intelectuais e emocionais, informações como o controle de qualidade produtivo e sensorial, os investimentos em pesquisa e desenvolvimento, a preservação da cultura e da história, a localidade da produção, a qualificação dos profissionais envolvidos, a imagem e reputação da empresa (WIPO, 2019).

Por exemplo, a palavra Ypióca® e a fonte em que é escrita são marcas registradas usadas para identificar a fabricante cearense de cachaça, que pertence, desde 2012, ao grupo britânico de bebidas Diageo³². A marca Ypióca reúne as cachaças, a tecnologia, o design, a estética apropriada do artesanato local com garrafas empalhadas, o sentimento associado ao consumidor, além da história de uma das mais antigas marcas registradas de cachaça do país, com produção iniciada em 1846 (GERK *et al.*, 2022).

³² Estudo sobre a variação lexical nordestina para a cachaça identificou 27 nomes-marca usados pelos entrevistados para designar o destilado brasileiro, entre eles Ypióca foi um dos citados (PRUDENCIO, 2021).

Além de signos distintivos individuais, que designam produtos e serviços, há também signos distintivos coletivos, que podem identificar produtos e serviços provenientes de uma determinada coletividade e signos distintivos de certificação, como o selo do Inmetro. No universo das cachaças, encontramos diversos exemplos de cada uma dessas naturezas dos signos distintivos. As cachaças, assim como outros produtos e serviços, podem ter ao mesmo tempo e legalmente mais de um tipo de marca.

O Brasil possui legislação que regulamenta a proteção da propriedade intelectual e o uso de signos distintivos desde o século XIX. A Constituição Imperial de 1824 (NOGUEIRA, 2012) assinalava uma relação estabelecida entre as coisas materiais e seus inventores e proprietários. Na época, o país passava por um momento de reforma com a chegada da Corte portuguesa que impactou na industrialização do país. Ao nível internacional, o país foi um dos 14 signatários da primeira Convenção da União de Paris para proteção da propriedade industrial, de 1883 (MAPA, 2014).

A Constituição de 1988, Carta Magna do Brasil que serve de parâmetro às outras legislações vigentes, assegura dentre os direitos fundamentais: “o direito de uso exclusivo dos signos distintivos, por seus titulares, desde que observados o interesse social e o desenvolvimento tecnológico do país” (BRASIL, 1988). Mas foi com a criação do Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio (ADPIC), mais conhecido por sua sigla em inglês TRIPS (*Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*), assinado em 1994, que alguns padrões mínimos de proteção dos signos distintivos foram universalizados, sendo estendidos a todos os países que fazem parte da Organização Mundial do Comércio (OMC). Atualmente, 164 países são membros da OMC.

Além da proteção das marcas, o acordo, fruto das relações comerciais entre nações, também regulou as Indicações Geográficas (IG), como os signos que identificam um produto como originário do território, região ou localidade de um Estado membro, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica essencialmente atribuída a essa origem geográfica (BRASIL, 1994). Cada país, por sua vez, possui requisitos próprios para realizar esta proteção.

Figura 4 – Tipos de signos distintivos de marca



Fonte: OMPI, 2021.

4.5. Indicações Geográficas: qualidade e propósito vinculados à origem territorial

As Indicações Geográficas (IG) podem ser vistas como um tipo específico de selo de qualidade e um signo distintivo territorial. Um certificado coletivo de reputação e tipicidade (VIEIRA, 2019) que garante o local de origem e sugere que o produto terá determinadas qualidades e certas características ligadas à região de onde provêm, que podem ser valorizadas pelos consumidores. As IGs são consideradas uma das mais antigas formas de propriedade intelectual (WIPO, 2021). Eram utilizadas inicialmente como instrumento para combater práticas desleais de comércio (INPI, 2017) e apesar de relacionadas a acordos comerciais, possuem uma estreita ligação com a cultura e a tradição. São selos possíveis para um jeito de consumir e defendem, em teoria, a preservação de uma memória coletiva, de uma herança cultural e de práticas produtivas tradicionais (PENA *et al.*, 2022).

A intensificação do processo de registro das IGs, no século XX, deu início a algo que, na verdade, já vinha acontecendo: a avaliação de produtos por meio de critérios, muitas vezes subjetivos, de forma fragmentada e isolada. Nesse sentido, o acordo TRIPS consolida um sistema para a regulação dessas construções sociais de qualidade, administradas por um conjunto de atores e vinculadas à um código de práticas que capturam o valor de bens territoriais e as qualidades típicas do lugar de origem de um produto. Esse valor, como já citado, pode estar ligado a uma história, um gosto particular ou a uma distinção provocada por fatores naturais, como o clima e o solo, ou fatores humanos, com um modo de produção que envolve um saber fazer próprio. Em seu manual para criação de marcas, a OMPI lembra que uma IG não substitui uma marca, ao contrário, a complementa (WIPO, 2019).

O sistema europeu de proteção de nomes de origem, de 1992, foi o precursor do conceito de indicação geográfica como conhecemos atualmente (VIEIRA *et al.* 2019). No Brasil, a TRIPS levou à criação da Lei da Propriedade Industrial (LPI), de 1996. Ela articula vários níveis regulatórios,

regulamentos internos e acordos internacionais e, por sua vez, foi usada na elaboração do Decreto que instituiu, em 2001, a cachaça como uma IG do Brasil, sendo, assim, considerada o marco legal brasileiro para as Indicações Geográficas.

No contexto da expansão do comércio internacional, mais propriamente da produção da tequila, no México, Sarah Bowen assume que as IGs foram “concebidas como um meio pelo qual os atores locais aproveitam a globalização para proteger e preservar os recursos sociais, culturais e ambientais” (BOWEN, 2012a, p. 92). A tequila é produzida na região localizada nos estados mexicanos de Jalisco, Guanajuato, Michoacán, Nayarit e Tamaulipas, a partir de uma planta endêmica do local chamada agave tequilana weber de variedade azul ou agave-azul. Ela é reconhecida na literatura como um dos casos de IG no Sul global mais destacados e estudados – a mais antiga fora da Europa, datada de 1974³³ – tanto por seu sucesso em aumentar a reputação e a participação da bebida alcoólica em mercados internacionais, quanto por problemas de degradação ambiental e exclusão das comunidades tradicionais, decorrentes do aumento expressivo da produção, industrialização e concentração em grandes companhias tequileras (BOWEN, 2012a; MILANO; CAZELLA, 2021).

Mais recentemente, Milano e Cazella (2021), ao avaliarem os efeitos ambientais de 28 estudos com evidências empíricas dos resultados desse selo de proteção, afirmaram que as IGs fazem parte de um conjunto de estratégias que busca contrariar a concepção dos alimentos como *commodities*, por meio da valorização da origem, visando o desenvolvimento territorial sustentável e a reconfiguração do sistema agroalimentar. No entanto, documentaram que os efeitos positivos prevaleceram no Norte global enquanto os negativos foram mais comuns no Sul, citando o caso da Tequila. A intensificação produtiva, substituindo práticas tradicionais por práticas produtivas mecanizadas e intensivas em insumos químicos foi um dos elementos citados nos oito estudos analisados pelas pesquisadoras. O desenvolvimento de um paradoxo entre a pressão de conservar e mercantilizar elementos da cultura nacional já havia sido observado por Bowen e Gaytán (2012b).

No Brasil, os selos de Indicações Geográficas constituem bens públicos (BRASIL, 2021a). O INPI, órgão responsável pela análise e emissão das IGs no país, diz em seu site, que o registro reconhece uma condição pré-existente e, seguindo o entendimento internacional, se mostra como ferramenta na proteção de expressões culturais tradicionais, apontando, ao menos quatro benefícios para produtores, prestadores de serviço e consumidores³⁴. São eles:

- I. Preservação de tradições locais;
- II. Diferenciação de produtos e serviços;

³³ O reconhecimento da IG da Tequila, no Brasil, foi solicitado pelo *Consejo Regulador del Tequila A.C.*, em 1º de agosto de 2008, sendo concedida apenas 11 anos depois, em 2019 (INPI, 2022).

³⁴ A Portaria nº 046, de 14 de outubro de 2021, institui os Selos Brasileiros de Indicações Geográficas e definiu a finalidade, direito de uso e formas de utilização (BRASIL, 2021a).

- III. Melhoramento no acesso ao mercado;
- IV. Promoção do desenvolvimento regional.

A literatura aponta ainda como benefícios a dinamização do território, o estímulo a atividade turística, o favorecimento da permanência no meio rural, a redução da pobreza rural, a preservação de paisagens e biodiversidade, entre outros (VANDECANDELAER *et al.* apud MILANO; CAZELLA, 2021).

As IGs, no Brasil, são divididas em duas espécies: Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO). A diferença entre elas reside no fato de que a primeira indica o nome do local que ficou conhecido (renome) pela produção de determinado produto ou serviço, enquanto a segunda designa produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao espaço geográfico, incluídos fatores naturais e humanos (BRASIL, 1996), como é o caso de vinhos que possuem reconhecimento por seu *terroir*³⁵. A cachaça tem avançado na busca pelo reconhecimento, baseado em evidências científicas, da existência dessa influência no destilado de cana, e já registra um pedido em análise para alteração de uma Indicação de Procedência para Denominação de Origem, que será mencionado adiante.

A Cúpula da Cachaça, entidade criada em 2013 para reunir profissionais de diferentes formações especializados no destilado nacional brasileiro em torno de iniciativas de valorização da cachaça e incremento da profissionalização do setor, considera que se pode afirmar a existência de *terroir* para a cachaça, porém diz que a ‘Indicação de Procedência’ já atende às variações geográficas e culturais presentes no destilado nacional brasileiro (MAIA, 2015; MAIA, 2020b).

Seja em qualquer modalidade (IP ou DO), o pedido de proteção que autoriza a utilização desse selo de qualidade, pode ser feito por associação, sindicato ou outra entidade, desde que estabelecida dentro da área delimitada da IG solicitada e que tenha um quadro social composto por participantes da cadeia produtiva. Essa é a forma mais frequente, visto que o processo demanda custos e manutenção do registro, além de outros investimentos como a produção de estudos históricos, geográficos, análises químicas, pagamento por vistorias, assessoramento, investimento em adequações físicas entre outros, que são necessários para provar a qualidade, reputação e notoriedade do produto candidato³⁶.

O registro também pode ser solicitado individualmente, no caso da existência de um único produtor na região, ou por órgão internacional (BRASIL, 2022c). O Brasil reconhece nove IGs estrangeiras, todas na modalidade Denominação de Origem, entre elas está a Tequila. Desde 2021, foram instituídos os Selos Brasileiros de IGs de uso gratuito e facultativo (BRASIL, 2021a). O governo

³⁵ O *terroir* pode ser entendido como a influência biofísica de certos lugares, espécies de plantas nativas, tipos de clima e solo, por exemplo, que podem alterar o padrão sensorial do produto final (BOWEN, 2012a).

³⁶ A Tabela de Retribuições dos Serviços Prestados do INPI, em junho de 2022, informava o custo de R\$590 para pedido de registro de reconhecimento de Indicação de Procedência e R\$ 2.135 para Denominação de Origem. Terceiros podem se manifestar em oposição a um pedido pagando R\$235 (INPI, 2022).

identificou que não atingiria os objetivos de preservação e promoção dos valores e tradições culturais, agregação de valor dos produtos, de proteção da região produtora e de criação de valor local, se o instituto da Indicação Geográfica não fosse conhecido e reconhecido pelo mercado (CARVALHO, 2021).

Assim, foi lançado um manual para orientar o uso dos selos que podem ser aplicados pelos produtores com adesivos autocolantes nas garrafas, acompanhados do selo original e coletivo da região (BRASIL, 2021d). Essas etiquetas, no entanto, não são consideradas certificações, de maneira estrita. A forma de controle do produto ou do serviço é estipulada diretamente pela entidade coletiva, que produz um caderno de especificações técnicas³⁷ e é responsável pela administração do sinal (INPI, 2017), embora precise seguir toda a legislação para produção de uma bebida destinada ao consumo humano, o que lhe garante os padrões mínimos de qualidade.

Figura 5 – Selos de Indicação Geográficas do Brasil.



Fonte: INPI, 2021.

4.6. As Indicações geográficas da cachaça

A cachaça foi a primeira IG do Brasil *sui generis*, instituída, como vimos, pelo Decreto nº 4.062/2001, que definiu as expressões "cachaça", "Brasil" e "cachaça do Brasil" como indicações geográficas nacionais (BRASIL, 2001). O caso da IG da cachaça é um exemplo de uma etiqueta de qualidade criada por uma medida política que protege uma expressão, a princípio, sem ligação direta com o nome do país. Ela atendia à expansão do mercado do destilado brasileiro, impulsionada por grandes companhias cachaceiras³⁸, algumas ligadas a multinacionais de bebidas alcoólicas, que encontravam barreiras à caracterização do produto para exportação, mas também beneficiou a institucionalização de pequenos e médios produtores, que passaram a se organizar para buscar um

³⁷ O Caderno de Especificações Técnicas é o documento elaborado pelos produtores ou prestadores de serviço, estabelecidos no local ou região, que descreve as características do produto ou serviço, a forma de obtenção do produto ou da prestação de serviço e os mecanismos de controle, como condição do uso do nome geográfico reconhecido.

³⁸ Em reportagem especial da série “O Brasil que a gente produz”, produzida e publicada em 2020, pela Agência CNI de Notícias, Maria das Vitórias Cavalcanti, Master Blender da cachaça pernambucana Pitú, contou que a falta de uma “certidão” de origem criou inconvenientes para as marcas que buscavam a exportação de cachaça para os EUA, tendo no rótulo a expressão *Brazilian rum*, o que motivou pedido ao então presidente da República, Fernando Henrique Cardoso, para assinatura de decreto reconhecendo a cachaça como um produto do Brasil.

diferencial competitivo de mercado (CALDAS, 2005; COSTA *et al.*, 2015; VIEIRA *et al.* 2019; QUEIROZ *et al.*, 2021).

As dificuldades burocráticas, no entanto, fizeram com que as IGs regionais de cachaça avançassem a passos lentos³⁹. Para se ter uma ideia, o Brasil possui 100 IGs espalhadas num território de 8.5 milhões de km², de acordo com a Plataforma de Dados de Indicações Geográficas Brasileiras e Produtos Típicos Potenciais do MAPA, enquanto a União Europeia possui 3.466 Indicações Geográficas Protegidas espalhadas em um território que representa metade do Brasil (4.4 milhões de km²), conforme a base de dados da União Europeia e *Ambrosia*⁴⁰. Ao fazermos o recorte das IGs brasileiras para a cachaça, encontramos um número de apenas três regiões reconhecidas, o que representa somente 3% do total de concessões, sendo, ainda, todas na modalidade Indicação de Procedência. São elas: Região de Paraty (RJ) com registro de 2007, Região de Abaíra (BA) com registro de 2012 e Região de Salinas (MG) com registro de 2014. Com isso, verifica-se que há oito anos o INPI não concede nenhuma nova IG para cachaça.

Figura 6 – Selos de Indicação de Procedência de cachaças



Fonte: Data Sebrae.

O registro de indicação de procedência não garante, no entanto, que o produto estará disponível para quem se interessar. Quem visita Paraty, no litoral sul do estado do Rio de Janeiro, pode conhecer uma aguardente composta azulada, que fascina os turistas pela cor azul royal, quando colocada contra a luz, e, ainda mais, pelos detalhes químicos do processo. Além das cachaças produzidas, a cidade também protegeu essa aguardente de cana, que inclui folhas de tangerina durante etapa de destilação. A adição confere naturalmente a coloração diferenciada, além de características sensoriais de aroma e paladar distintos de outras aguardentes.

³⁹ O plano de eliminação de backlog do INPI, anunciado em 2020, buscou reduzir o tempo estimado de processamento dos pedidos, que chegava a 26 meses (2 anos e 2 meses), segundo a própria autarquia.

⁴⁰ Desse número, 47% são de vinhos e 7,5% de bebidas espirituosas, segundo consulta feita ao sistema em 17 jun. de 2022.

O registro de produção da aguardente azulada, no entanto, está suspenso pelo MAPA por questões técnicas burocráticas. Ainda que a produção dessa aguardente se configure como uma tradição de 150 anos com reconhecimento do INPI, as folhas de citrus ainda estão ausentes do caderno de especificações da ANVISA, que informa quais frutas, ervas ou plantas podem ser utilizadas na composição de bebidas. A Associação de Produtores e Amigos da Cachaça Artesanal de Paraty (APACAP) que detém a propriedade da IG tenta reverter a decisão a partir de estudos científicos, apoiados por Universidades da região e pelo Sebrae, que analisaram o perfil químico das aguardentes azuladas da cidade e não encontraram alteração de substâncias consideradas prejudiciais à saúde. (PALAZI, 2022; LEÃO; FREIRE, 2021).

A cidade foi a primeira região a obter o registro de proteção, dez anos após a promulgação da Lei da Propriedade Industrial (LPI). E a quarta região do Brasil a conquistar a denominação na modalidade Indicação de Procedência (LEÃO; FREIRE, 2021). Para carregar o selo da Região de Paraty, o produtor deve ser legalizado e associado. A entidade conta com seis afiliados que comercializam onze marcas reconhecidas pela IG e identificadas pelo selo próprio (LEÃO; FREIRE, 2021). Os produtos são obrigatoriamente elaborados, envelhecidos e engarrafados na extensão geográfica delimitada do município no registro, que compreende uma área total de 700 km², e toda a cana-de-açúcar é produzida em áreas agrícolas, respeitando requisitos ambientais e sociais. As vistorias aos alambiques são anuais, feitas pelo Conselho Regulador local, com coleta de amostras para análise⁴¹.

Paraty também entrou com processo para reconhecimento da região como Denominação de Origem (LEÃO; FREIRE, 2021), num movimento para o reconhecimento legal do *terroir* da cachaça. O pedido, no entanto, levanta questões polêmicas entre os especialistas. Uma das alegações é de que tais influências na cachaça seriam reduzidas pelo fator da destilação, não sendo, dessa forma, possível uma determinação simples, por meios sensoriais ou químicos, da procedência de uma cachaça, e, apesar de não se desprezar os métodos específicos e tradicionais de cada região, em tese, considera-se que eles podem ser replicados em qualquer parte do país (MAIA, 2015, 2020). Por outro lado, estudos dispersos tentam caracterizar tal distinção no perfil químico e sensorial do destilado (PORTUGAL *et al.* 2017).

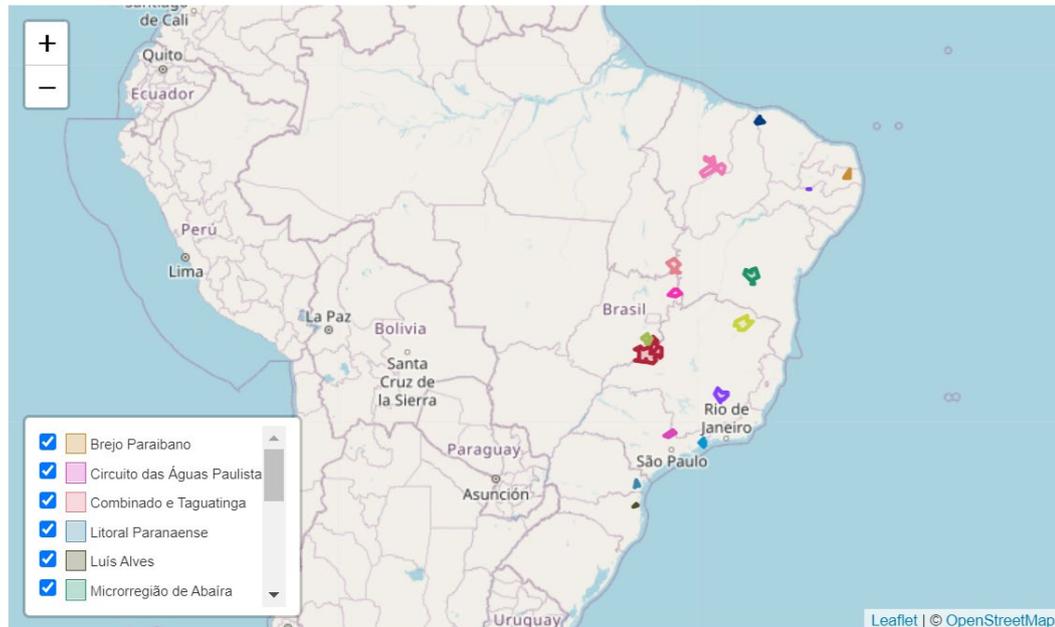
O estado de São Paulo, que possui o segundo maior número de estabelecimentos produtores de cachaça registrados (MAPA, 2022b), não possui IG ou Marca Coletiva para cachaça, embora possua potencial. A região do Circuito das Águas Paulista foi identificada pela Coordenação de Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários (CIG), do MAPA, junto às Divisões de Política, Produção e Desenvolvimento Agropecuário (DPDAG), como uma das 13 regiões potenciais para constituírem signos distintivos para cachaça⁴². As demais são: Brejo Paraibano (PB), Combinado e Taguatinga (TO),

⁴¹ O livro *Mucungo: A história da Cachaça em Paraty* (2021) traz relatos históricos sobre esse processo.

⁴² O Mapa Interativo: Signos Distintivos Registrados e Produtos Potenciais foi lançado pelo Ministério da Agricultura em 2018 e permite visualizar lugares associados a produtos e serviços registrados como IG ou marcas coletivas ou que têm potencial para esses registros.

Litoral Paranaense (PR), Luiz Alves (SC), Nova Aurora (GO), Orizona (GO), Ouro Preto (MG), Posse (GO), São Roque do Canaã (ES), Sertão Maranhense (MA), Triunfo (PE) e Viçosa do Ceará (CE), conforme mostra o mapa disponível no site do governo federal e reproduzido abaixo.

Figura 7 – Mapa dos signos distintivos registrados para cachaça e regiões potenciais.



Fonte: MAPA, 2022.

A região, assim como outras no país, encontra dificuldades de formalização dos pequenos produtores à lista de exigências que incluem parâmetros muito específicos de caracterização da cachaça, normas sanitárias rígidas, altos encargos fiscais, superior ao de outras bebidas alcoólicas comercializadas no país, e baixo incentivo ao setor (MAPA, 2021). A cadeia produtiva da cachaça enfrenta problemas para consolidação do selo de qualidade das IGs, a partir de uma abordagem cultural inclusiva, apesar dos esforços de promoção desse ativo de Propriedade Intelectual. E pode ser também reflexo do movimento de “commoditização” da cachaça, que busca de certa forma padronizar a cachaça sobre um selo único de qualidade para promover sua exportação global. Os três últimos pedidos de IG para cachaça, foram das cidades de Morretes no Paraná, em 2020, e Viçosa do Ceará, em 2022, na modalidade IP; e Luiz Alves em Santa Catarina, em 2022, na modalidade DO. A região morretiana, famosa por suas gastronomia e turismo, teve uma primeira solicitação, de 2015, arquivada e até maio de 2023 aguardava a análise de novo pedido (INPI, 2023).

A cultura de proteção das IGs tem sido criticada por representantes das próprias entidades representativas da cachaça. De acordo com Jairo Martins da Silva, que coordenou os trabalhos da Câmara Setorial da Cachaça, na produção das Diretrizes Estratégicas para a Cadeia de Valor da Cachaça 2021-2025, por exemplo, a pulverização de denominações, selos e indicações geográficas não ajuda a fortalecer a cachaça, enquanto *branding* que busca consolidação de imagem no mercado, nacional e internacional. A multiplicidade de denominações aparece como uma das 17 ameaças à cachaça,

mapeadas pela Câmara Setorial da Cadeia Produtiva da Cachaça, composta por 35 associações e instituições membro, que buscam a expansão do mercado da cachaça (MAPA, 2021).

A heterogeneidade do setor é apontada como outra fraqueza para a cachaça, enquanto deveria ser vista como uma oportunidade, na busca pela valorização do conhecimento local e preservação dos sistemas tradicionais de produção do ponto de vista das IGs. A lista de pontos negativos, que foram mapeados para orientar as ações voltadas para a cachaça, inclui, entre outros (MAPA, 2021):

- I. Falta de dados e informações oficiais;
- II. Deficiência de assistência técnica aos produtores e a cadeia de valor da cachaça, com orientações divergentes dos órgãos reguladores e fiscalizadores;
- III. Lobby político unilateral e;
- IV. Baixa captação de recursos públicos e privados para PD&I.

O IBRAC estima, a partir de pesquisas de empresas privadas internacionais, que a capacidade produtiva do Brasil é de 1,2 bilhão de litros anuais de cachaça, mas a produção efetiva estaria em torno de 800 milhões de litros. Os 7,22 milhões de litros de cachaça exportados, em 2021, representam menos de 1% do total (0,876%), ainda assim resultaram num faturamento de US\$ 13,17 milhões, um crescimento de quase 38,39% em valor e 29,52% em volume em 2021, na comparação com 2020 (SEBRAE, 2022).

Sabemos que as atividades de exportação são importantes para o país, mas é preciso levar em conta sua condução, como escreve Pena *et al.* (2022). Segundo a ANPAQ, cerca de 80% das exportações corresponderam à cachaça industrial, produzida em processo contínuos e apenas 20% por processo de destilação tradicional em alambiques de cobre. Esses alambiques descontínuos são, comumente, relacionadas ao saber fazer histórico da cachaça e elemento descrito nos cadernos de especificações das IGs de cachaça protegidas. O desempenho abaixo do esperado das exportações de cachaça nos últimos anos é explicado por Vicenzi *et al.* (2014) pela implementação incompleta da estratégia adotada e, se não conduzida com cuidado, as novas estratégias podem intensificar processos de exclusão e desigualdades, apesar do recente crescimento em valor de exportação (IBRAC, 2022; BRANDÃO, 2022). Compreender as percepções sobre a cachaça para orientar ações futuras é um dos caminhos.

4.7. Selos de certificação: a qualidade medida tecnicamente

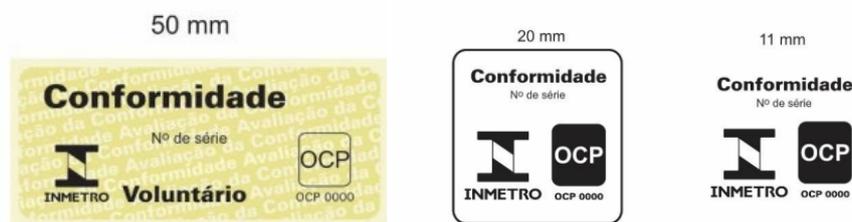
Na busca por credibilidade, ter um selo que agrega confiança estampado na garrafa pode fazer a diferença para um produtor entre uma cachaça ficar na prateleira ou ser levada para casa. A primeira marca de cachaça a ser certificada com selo de identificação de conformidade foi a Triunfo, de Pernambuco, no mesmo ano em que o marco legal da cachaça, de 2005, foi instituído (BECKESTEIN, 2005).

Nós já vimos que a marca de produto ou serviço é aquela usada para distingui-lo de idênticos ou semelhante. As marcas coletivas identificam produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade. As marcas de IG registram qualidades referentes à origem. Já as marcas de certificação atestam a conformidade de um produto com determinadas normas ou especificações técnicas, quanto a questão sanitária, natureza, material utilizado e metodologia empregada. Elas não são construídas ao longo do tempo como a reputação de um nome-marca ou de um nome geográfico, pois supõe que qualquer produtor que preencha as condições prescritas possa utilizá-las.

Assim, um selo de certificação não indica que uma cachaça seja superior a outra, mas atesta, a partir de um agente independente, que o produto em questão foi produzido e engarrafado conforme os padrões mínimos de qualidade estabelecidos por um sistema de certificação. A avaliação da conformidade tem como objetivo verificar se um produto, processo ou serviço está de acordo com normas e regulamentos previamente estabelecidos pelos órgãos reguladores, de forma a assegurar a saúde e a segurança do consumidor, bem como a proteção do meio ambiente e o respeito aos trabalhadores.

Como visto no capítulo anterior, os parâmetros de caracterização e a qualidade da cachaça foram reavaliados e alterados e vão impactar nos parâmetros da certificação de conformidade. O Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Inmetro) é o órgão responsável pelo estabelecimento de Programas Brasileiro de Avaliação da Conformidade (PBACs). A certificação da cachaça atendia à requisitos da Instrução Normativa nº 13/2005 MAPA (BRASIL, 2005) e do Programa de Avaliação de Conformidade da Cachaça (PAC), e com a revogação do dispositivo passa a seguir os Parâmetros da Portaria nº 539/2022 (BRASIL, 2022a).

Figura 8 – Novas etiquetas de Indicação de Conformidade atualizadas em 2021.



Fonte: Inmetro.

É de se destacar que a certificação de conformidade é voluntária no país, ou seja, os produtores podem ou não aderir ao selo, pois espera-se que os estabelecimentos produtores regularizados já cumpram as normas relacionadas à produção da cachaça. Alguns estados têm incentivado essa

certificação com fiscalizações para combater a ilegalidade. Todas as etapas do processo de produção são englobadas na análise, desde o corte da cana à composição e engarrafamento⁴³.

A etiqueta permite a rastreabilidade do produto, mas incide em custos, ainda que baixos, para o produtor, e burocracia o qual precisa manter um controle da numeração e recolher uma guia periódica com um valor calculado sobre o número de garrafas certificadas que foram vendidas, o que pode excluir pequenos produtores, que têm, na produção de cachaça, o principal meio de subsistência.

Acumula-se a isso, o custo do selo físico que pode ser colado na garrafa ou impresso diretamente no rótulo do produto. Conforme mencionado, apenas produtores regularizados com registro no MAPA, licenciamento ambiental do Ministério do Meio Ambiente (MMA) e de acordo com as normas do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) podem dar entrada ao pedido de certificação, que demanda ainda um custo para que a documentação seja analisada e uma manutenção anual de atualização.

Um estudo de 2019, com cachaças paraibanas, mostrou que 70% das marcas avaliadas teriam dificuldades na busca pela certificação, por não atenderem requisitos mínimos exigidos pelo Inmetro, como a caracterização físico-química, infraestrutura produtiva, registros e documentação, controle de qualidade, rastreabilidade e responsabilidade social e ambiental (VILELA, 2019)

Do ponto de vista do consumidor, a certificação é uma garantia da qualidade, assumida pelo produtor e atestada pelo órgão credenciados pelo Inmetro. Já para os produtores, o benefício da certificação está na valorização do produto, com perspectivas de melhores oportunidades de comercialização. A melhoria da gestão das propriedades também é apontada como vantagem (IMA, 2020). As cachaças acreditadas, por exemplo, pelo Certifica Minas, um programa de fomento à certificação de produtos agropecuários e agroindustriais regionais específico de Minas Gerais, precisam atender à 118 requisitos (IMA, 2020). Entre eles, destacam-se, cuidados adotados com o descarte de subprodutos, análises do produto e a rastreabilidade do plantio da cana até o envase da cachaça. O serviço está disponível para produtores, associações e cooperativas de produtores de cachaça dentro dos limites do Estado⁴⁴.

Outro selo usado por uma parcela de produtores de cachaça é o selo de produto orgânico, o qual também segue as regras do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade (SBAC), que além de regular as atividades de acreditação e certificação, ainda é responsável pelo treinamento⁴⁵. Mas diferente do selo de conformidade que é voluntário, a etiqueta que atesta a produção orgânica é compulsória. Isso significa que para uma cachaça ser rotulada e vendida no Brasil com essa diferenciação é obrigatório

⁴³ Alguns aspectos podem ser alterados pelo novo Modelo Regulatório do Inmetro, adotado no início de 2022 e com previsão de implementação gradual ao longo de cinco anos.

⁴⁴ O site para a solicitação é o <https://www.mg.gov.br/servico/obter-certificacao-de-cachaca-imainmetro>.

⁴⁵ O Selo de Conformidade Orgânico foi estabelecido pela Lei 10.831/2003 e regulamentado pelo Decreto 6.323/2007. (BRASIL, 2022d).

que a unidade de produção passe por um dos 3 mecanismos de garantia da qualidade orgânica – certificação por auditoria, certificação participativa ou vinculação à uma organização de controle social.

Figura 9 – Selo de produto orgânico renovado



Fonte: Cachaca Extrema, 2022.

A procedência baseada em critérios técnicos, nesse caso, passa a ser um valor importante e mais um atrativo para consumidores que se preocupam com os impactos da produção de cachaça (MAPA DA CACHAÇA, 2019c). Estudos sobre o comportamento do consumidor identificaram que uma parcela significativa dos entrevistados está disposta a pagar mais por produtos que possuam esse tipo de selo de certificação de qualidade, embora, muitas vezes, essa percepção esteja baseada na noção de saudabilidade (SILVA *et al.*, 2016, GATTI *et al.*, 2022), mais do que a uma produção que garanta sustentabilidade, preservação do meio ambiente e responsabilidade social.

Uma pesquisa da Associação de Promoção dos Orgânicos (ORGANIS, 2021) divulgada em 2021 mostrou que 47% das pessoas entrevistadas que consumiram orgânicos nos trinta dias anteriores ao levantamento tinham como motivo para esse consumo a busca por melhorar aspectos da saúde. É importante lembrar que a cachaça, apesar de presente na cultura alimentar do país, trata-se de uma bebida alcoólica, tal qual carrega todos os malefícios do consumo em excesso que esses produtos podem acarretar⁴⁶.

⁴⁶ Em janeiro de 2022 a *World Heart Federation* (WHF) publicou o documento *The impact of alcohol consumption on cardiovascular health: myths and measures* em que afirma que nenhum nível de consumo de álcool é saudável e até pequenas quantidades podem levar à perda de uma vida saudável. A redução do consumo

Nesse sentido, devemos reforçar que o selo orgânico identifica mais uma postura produtiva do que benefícios à saúde, embora considere a redução, por exemplo, da carga de agrotóxicos químicos e substituição por defensivos e manejo biológicos. Dentre os conceitos estabelecidos pelas normativas do MAPA, considera-se produto da agricultura orgânica ou produto orgânico, seja ele *in natura* ou processado, aquele obtido em sistema orgânico de produção agropecuário ou oriundo de processo extrativista sustentável e não prejudicial ao ecossistema local (BRASIL, 2003a).

No site Mapa da Cachaça (2019), são descritas algumas das práticas comuns adotadas por produtores que buscam e mantêm a certificação de cachaça orgânica. Reproduzo-as aqui:

- I. Plantar canas em áreas previamente desmatadas, sem desmatar novos espaços;
- II. Cortar a cana sem uso de fogo para limpar as folhas;
- III. Reutilizar os vapores de água da destilação para irrigação;
- IV. Evitar o uso de veículos motorizados no corte e transporte da cana.

O artigo nº 3 da Portaria nº 52/2021 que estabelece o Regulamento Técnico para os Sistemas Orgânicos de Produção diz que essas unidades de produção devem buscar ainda: a manutenção e a recuperação de variedades locais, tradicionais ou crioulas ameaçadas pela erosão genética, bem como do material genético adaptado às condições locais, e a atenuação do impacto negativo de atividades humanas sobre os ecossistemas naturais e modificados (BRASIL, 2021e). Assim como outros selos, o Certificado de Conformidade Orgânica tem validade e precisa ser renovado anualmente.

Existem, ainda, outras certificações voluntárias que tentam diferenciar os produtos e podem ser usadas por qualquer fabricante que atenda aos requisitos da entidade proponente. A ANPAQ possui um dos selos mais antigos para cachaças. O selo de qualidade ANPAQ foi criado em 1993 para certificação, a princípio, das cachaças produzidas no Estado de Minas Gerais e ampliado para cachaças de todo o território nacional a partir do momento em que a entidade promoveu mudanças em seu Estatuto Social, ampliando sua representatividade em 2016.

A adesão ao programa é voluntária e o produtor interessado, além de se associar à instituição, deve cumprir o Regulamento do Programa de Garantia de Qualidade da Cachaça de Alambique da entidade (ANPAQ, 2017). O documento exige que a cachaça seja produzida pelo processo

global de álcool faz parte dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). A OMS considera que ações para reduzir o uso nocivo do álcool são uma prioridade global e estipulou meta de redução de 20% no consumo até o fim da década. Entre as decisões aprovadas pelos Estados-Membro de maio de 2022 está a recomendação para substituição de bebidas de maior teor alcoólico por bebidas com baixo teor alcoólico. O setor de cachaça e tequila, representado pelo Ibrac e pelo Conselho Regulador da Tequila, se manifestou contrário a essa decisão, alegando que a quantidade consumida é mais prejudicial do que o tipo ou teor de álcool da bebida, e afirmando que tal recomendação pode afetar a caracterização de bebidas típicas tradicionais, impactando a cultura, tradição e história locais (WHF, 2022).

descontínuo⁴⁷, ou seja, em alambique, o que, segundo a associação confere à cachaça “maior complexidade e qualidade sensorial ao produto bruto” (ANPAQ, 2017). Os padrões adotados pela Comissão de Avaliação de Qualidade têm como base a legislação vigente, podendo ser mais rígidos, mas não são certificados pelo Inmetro.

Uma das exigências veda o uso de antibióticos, nutrientes, antiespumantes e quaisquer outros aditivos químicos para correção de problemas e permite a utilização de milho inteiro, fubá ou farelo de arroz para fermentação do caldo de cana, bem como levedura selecionada, desde de que seja aprovada ou certificada por órgãos competentes de pesquisa, mostrando mais uma vez a importância da validação baseada em métodos científicos. Veremos adiante mais uma forma de imprimir qualidade a uma bebida, dessa vez construída com uma sistemática e uma metodologia que privilegia o resultado sensorial final, reunindo juízes e especialistas na degustação.

4.8. Rankings: a qualidade conquistada e exposta em listas

Entre os instrumentos disponíveis para as pesquisas sobre a reputação de uma cachaça, os concursos têm recebido especial atenção da mídia e oferecem um dos selos de excelência que têm sido procurados e adotados com mais frequência por uma parcela de produtores. Essas competições que geram listas de finalistas facilitam a troca de informações entre aqueles que vendem e aqueles que querem comprar cachaças, e acabam preenchendo um *gap* de informação, funcionando com um guia de compras, uma vez que consumidores que desconhecem os padrões que conferem qualidade a uma cachaça ou dispostos a economizar nos custos de verificação tendem a confiar na reputação coletiva (DELMASTRO; CASTRIOTA, 2009) dessas medalhas como fonte de informação.

No Brasil, algumas dessas iniciativas começaram nos anos 1970, ainda de forma não-profissionalizada e com metodologias questionáveis, com listas em revistas semanais que indicavam as preferências de alguns especialistas convidados, mas foi no século XXI que os concursos de bebidas se popularizaram (SILVA, 2019). Existe uma dezena de concursos nacionais e internacionais que aplicam metodologias diferentes para as premiações, mas, em geral, realizam prova às cegas na tentativa de reduzir vieses no julgamento.

Nos últimos anos, o número de competições voltadas para destilados, em que é permitida a participação de cachaças, aumentou, fazendo a escolha do produtor, sobre qual selo de excelência buscar, ficar ainda mais complexa. A maioria desses concursos é baseada nas competições de vinhos europeias, com regras que seguem as disposições da Organização Internacional da Vinha e do Vinho

⁴⁷ A cachaça de alambique é produzida por equipamento de destilação distinto, em que o processo é feito por batelada e demanda um conhecimento para realização dos cortes da cachaça (cabeça, coração e cauda), os quais garantem que substâncias indesejadas e prejudiciais à saúde sejam excluídas da bebida destinada ao consumo humano. É diferente da destilação contínua em coluna, que possui essa separação integrada e é mais usada por indústrias que buscam alto volume de produção em contrapartida à redução de custos.

(OIV, 2022), organização intergovernamental de natureza científica e técnica, atualmente composta por 45 Estados-Membros, incluindo o Brasil.

Uma dessas competições que tem reconhecimento da União Europeia é o Concurso Mundial de Bruxelas. Ele permite, desde 1999, a inscrição de destilados e, desde 2013, desmembrou a competição em duas, separando o tradicional evento de vinhos, criando o *Spirits Selection by Concours Mondial de Bruxelles* para os destilados como a cachaça, aguardentes, uísques, conhaques, runs, vodcas, gins, piscos, grappas, baijius e tequilas. O site do evento informa que, desde 2004, “os organizadores trabalham em estreita colaboração com uma equipe de pesquisadores do Instituto de Estatística da Universidade Católica de Louvain (UC Louvain)”, sediada na Bélgica, para “o processamento dos resultados e no acompanhamento do perfil de cada juiz”⁴⁸ de forma a dar maior confiabilidade à competição. De todas as amostras inscritas, até 30% podem ser premiadas dentro do regulamento do evento.

Outra competição que disponibiliza selos distintivos há 27 anos é o *Catad’or World Wine Awards*. O evento produzido no Chile se apresenta como a “mais antiga e prestigiada competição internacional de vinhos e bebidas espirituosas da América Latina”⁴⁹. Desde 2021, também incluiu uma competição específica para avaliar os destilados, chamada de *Catad’or World Spirits Awards*. A participação de cachaças no concurso ocorreu, em 2021 e 2022, com o apoio do Projeto Setorial de Promoção às Exportações de Cachaça – *Cachaça: taste the new, taste Brasil*, desenvolvido pelo IBRAC, entidade nacional representativa do setor, em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil). O *Catad’Or* também é baseado nas regras da OIV e premia até 30% das amostras que atingirem as pontuações estipuladas no regulamento.

Diferente das competições já citadas e com uma forte crítica a existência do que chama de uma “fábrica de medalhas”, a *International Beverage Competitions Group* (2022) possui uma metodologia que separa a bebida a ser julgada por categoria e faixa de preço de varejo, assumindo que os compradores consistentemente tomam decisões de compra não apenas pela bebida em si, mas também pelo valor pago pelo produto (INTERNATIONAL BEVERAGE COMPETITIONS GROUP, 2022). O grupo realiza treze concursos diferentes em quatro capitais mundiais (Nova York, Berlim, Melbourne e Hong Kong)⁵⁰.

⁴⁸ “And, since 2004, the organizers have worked closely with a team of researchers from the Statistics Institute of the Catholic University in Louvain in processing results and monitoring the profile of each judge” (SPIRITS SELECTION, 2022, [sem página]).

⁴⁹ “Catad’or World Spirits Awards cuenta con 27 años de trayectoria y es el concurso internacional de vinos y espirituosos más antiguo y de mayor prestigio en América Latina” (CATADOR, 2022, [sem página]).

⁵⁰ A *Annual New York International Spirits Competition* (Competição Internacional de Bebidas Espirituosas de Nova York) é a mais antiga, com 12 edições realizadas, até 2021; seguida do *Annual Berlin International Spirits Competition* (Concurso Internacional Anual de Bebidas Espirituosas de Berlim), com nove; o *Annual Melbourne International Spirits Competition* (Competição Internacional Anual de Bebidas Destiladas de Melbourne) com oito; e o *Annual Asia International Spirits Competition* (Competição Internacional Anual de Bebidas Espirituosas da Ásia) chegou a 5 edições, até o fim de 2021.

O número indica que a criação de reputação e imagem de excelência tem se transformado, apesar das críticas, num mercado rentável para organizadores de eventos como este.

Seguindo a tendência, em 2020, foi criado o *International Sugarcane Spirits Awards* (Concurso Internacional de Destilados de Cana-de-Açúcar), com organização francesa, abrangência europeia e parceria também das duas principais entidades representativas da cachaça, o IBRAC e a ANPAQ. O novo concurso coloca como principal objetivo descobrir e destacar a excelência, além de promover o desenvolvimento dos destilados, que têm como matéria-prima a mesma base da cana-de-açúcar e seus derivados, por meio da cobertura midiática (INTERNATIONAL SUGARCANE COMPETITIONS, 2022). Nessa lista estão bebidas separadas em 22 categorias, como cachaça, rum, aguardente, arak, licores e outros. O *ISS Award* escolhe o melhor destilado do ano, os medalhistas de ouro e os finalistas numa lista com número de vencedores mais limitado e confere, ainda, nove prêmios regionais para produtos que obtiveram as maiores pontuações nas suas respectivas áreas geográficas com intuito de “destacar a diversidade”, informa o site do concurso.

Apesar do esforço empreendido em dar visibilidade para um número cada vez maior de produtores, esses concursos acabam excluindo pequenos fabricantes, que além de fornecerem o produto para a prova, ainda precisam desembolsar quantias consideráveis para ter a possibilidade de serem avaliados por um time de especialistas e, em alguns casos, despendem uma quantia extra para comprar o direito de usar os selos autocolantes para as garrafas⁵¹. As inscrições para esses concursos são, geralmente, pagas. Neste caso, o tamanho da empresa pode ser um impulsionador da concentração de medalhas em um pequeno grupo, uma vez que grandes empresas têm recursos mais robustos para participação em eventos e concursos, além de promoção das medalhas em campanhas de marketing, se tornando mais visíveis para o mercado.

Do ponto de vista econômico, as medalhas atribuem reputação que pode se refletir no incremento médio de 30% nas vendas, sendo consideradas uma das formas mais baratas e eficientes de promover a cachaça no mercado internacional, segundo especialistas (MAIA, 2020). Outro impacto está no aumento de preços dos produtos ganhadores. Uma análise recente sobre o impacto das medalhas com resultado de onze concursos internacionais de vinhos, indicou que os produtores vencedores chegam a aumentar o valor das garrafas em 13% (PAROISSIEN; VISSER, 2020).

Por outro lado, os custos são justificados na medida em que os produtores têm a oportunidade de receber um retorno oficial sobre a avaliação do produto, com notas e comentários técnicos dos jurados, que podem se consolidar numa orientação sobre pontos para melhoria da qualidade da bebida e um fomento na busca por inovação no setor.

⁵¹ A título de curiosidade: As inscrições para concursos internacionais podem chegar até 2 mil reais, na conversão das moedas. O *China Wine and Spirits Awards*, outra competição de bebidas da Ásia, cobra cerca de 300 reais por rolo de selos com mil peças de adesivos autocolantes que os vencedores podem usar, sendo o pedido mínimo de 5 rolos (CWSA, 2022).

Figura 10 Exemplos de medalhas de concursos internacionais de destilados.



Fonte: Spirits Selection, China Wine and Spirits Awards, International Sugarcane Spirits Awards, International Beverage Competitions Group.

No Brasil, um dos mais recentes rankings que tem ganhado notoriedade é organizado pela Cúpula da Cachaça, um grupo que reúne doze profissionais multidisciplinares, os quais se identificam por uma paixão em comum: o destilado nacional. O grupo se apresenta com a missão de divulgar e valorizar a cachaça enquanto patrimônio do país e ajudá-la a conquistar o mundo, fomentando a qualidade do destilado nacional brasileiro. Criado em maio de 2013, o Ranking Cúpula da Cachaça tem se consolidado como uma referência para o setor na divulgação e valorização da cachaça, se definindo como “o mais abrangente e participativo concurso de cachaças do país” (CÚPULA DA CACHAÇA, 2023)⁵².

⁵² Outros concursos de visibilidade no Brasil, tidos como importantes referenciais e que fornecem guias de compras para o mercado são: o Concurso Anual e Nacional da Cachaça, Bebidas Mistas com Cachaça, Gin e

Figura 11 – Exposição de medalhas



Fonte: Engenho Dom Tápáro.

A seleção já foi realizada nos anos de 2014, 2016, 2018, 2020 e 2022, e apresenta como diferencial a participação gratuita, sem cobrança de inscrição, como nos outros modelos de concursos vistos até agora. A divulgação da competição e do resultado é feita por meio de site e publicação de uma revista própria, chamada “Cachaça em Revista”, além de parcerias com veículos de imprensa, na coluna *Paladar* do jornal O Estado de S. Paulo e no quadro *Segredos do Alambique*, do canal Terra Viva, conduzidos por um especialista e um jornalista, respectivamente, membros da equipe da Cúpula da Cachaça, além de mídia espontânea gerada com a divulgação da lista das melhores cachaças. A revista, nas versões impressa, de distribuição gratuita, e online (de acesso aberto), é mantida com aportes de anunciantes e apresenta artigos que analisam o universo da cachaça do ponto de vista de produtores, pesquisadores, jurados e outros especialistas do setor.

Na proposta da Cúpula da Cachaça, o concurso é realizado em três fases. As cachaças são divididas em três categorias: brancas (sem passagem em madeira ou que ficaram armazenadas em espécies que não conferem grande alteração visual na cor), cachaças armazenadas/envelhecidas (com passagem parcial em recipiente de madeira) e cachaças *premium* e *extrapremium* (com passagem de 100% do volume em madeira por um ano ou mais). A primeira fase começa pelo voto popular e define

outros destilados produzidos no Brasil, organizado pela ExpoCachaça, e o Concurso Vinhos e Destilados do Brasil.

as 250 cachaças “mais queridas do Brasil”. Na segunda fase, são escolhidas as 50 melhores cachaças por um time de especialistas convidados, que inclui desde pesquisadores e *bartenders* a influenciadores e representantes de entidades ligadas à cachaça.

Figura 12 – Selo Ranking Cúpula da Cachaça



Fonte: Cúpula da Cachaça

Desde a edição de 2020, as 50 marcas finalistas dessa fase do prêmio podem usar um selo oficial da competição, produzido por uma empresa licenciada, que funciona como indicador de excelência e qualidade para os consumidores. Algumas empresas selecionadas optam por inserir o selo na garrafa, outras por usar nas peças de propaganda, e tem ainda produtores que desenvolvem garrafas especiais, buscando aumentar o valor agregado do produto premiado, segmentando um público, de alto poder aquisitivo e disposto a pagar mais pela exclusividade⁵³.

Na etapa final, os membros da Cúpula da Cachaça organizam uma degustação às cegas que avalia quesitos visuais, olfativos e gustativos. Os números do Ranking mostram que a Cúpula tem movimentado o setor e alcançado maior visibilidade, conforme tabela 8 que indica o crescimento de participantes na fase de voto popular e da representatividade da cachaça no país, com aumento do número de estados participantes.

Entre os resultados da metodologia da Cúpula da Cachaça, de 2022, vale destacar que das 936 cachaças registradas no país, 886 atraíram ao menos um voto (94,5% do total de cachaças legalizadas), e estão distribuídas geograficamente em 17 estados brasileiros. Outro número que indica avanços para

⁵³ Um exemplo é o da cachaça Tiê (MG). Para celebrar a conquista de melhor cachaça prata do Brasil em 2020, seus produtores criaram uma versão comemorativa em garrafa de cerâmica limitada (MAPA DA CACHAÇA, 2022).

a inclusão e diversidade é o aumento de mulheres tanto participando da seleção das cachaças quanto à frente de cachaças finalistas do prêmio, embora ainda com espaço para crescimento.

Tabela 5 – Ranking Cúpula da Cachaça em números

Ano	Estados participantes	Voto popular
2014	7	4 mil
2016	11	23 mil
2018	13	43 mil
2020	17	33 mil
2022	17	129 mil

Fonte: Organização da autora (MAPA DA CACHAÇA, 2022).

Na edição 2022, o número de juradas alcançou um terço do total de 40 especialistas convidados, enquanto o número de mulheres participantes do grupo dos “cúpulos” (nome pelo qual se identificam os membros do grupo) ainda é de uma, num universo de 11 pessoas (FERNANDES, 2021). As quatro cachaças finalistas da categoria de cachaças brancas da última edição também são produzidas por mulheres, incluindo a Cachaça do Ano, aquela que recebe a maior pontuação entre todas na fase final de degustação às cegas. Um fato inédito do ranking, depois de quatro edições dominadas por cachaças envelhecidas e armazenadas e que pode indicar uma mudança no perfil de consumo. Para confirmação, são necessários novos estudos focados nas preferências de consumo, que não é o foco deste trabalho.

Como o Ranking da Cúpula da Cachaça é divulgado amplamente, antes, durante e depois do concurso, é uma oportunidade de visibilidade para as marcas, com alto potencial de repercussão, tanto nas vendas quanto para o reconhecimento do destilado em âmbito nacional. Grande parte das marcas finalistas são produzidas por empresas de médio e pequeno porte – algumas, empresas familiares - com alcance de distribuição regionais, mas que, hoje, inseridas no contexto da internet, conseguem atrair novos públicos com a divulgação do ranking.

Apesar da participação gratuita, que facilita o acesso de empresas de diferentes tamanhos, o concurso possui uma regra de exclusão direta. Somente cachaças registradas no MAPA podem participar. O que elimina a possibilidade de participação de aproximadamente 90% dos produtores de cachaça que vivem na informalidade no país⁵⁴.

4.9. Considerações finais

Vimos neste capítulo que os selos distintivos de qualidade são um instrumento de comunicação que remete às sociedades pré-industriais, mas passaram a ter um papel central na atividade econômica capitalista e, mais fortemente, no último século, com a globalização. Enquanto dados organizados, processados e comunicados que fornecem informações de fácil disseminação sobre a origem, reputação,

⁵⁴ A estimativa de informalidade do setor usada pelo Instituto Brasileiro da Cachaça compara os dados de registros de produtores do Anuário da Cachaça, de 2021, com o Censo Agropecuário do IBGE, de 2017, e, portanto, pode não representar a situação atual do setor.

processos envolvidos e quem detém o direito sobre algo ou alguma coisa, estão ligados a lógica da “Sociedade da Informação”, definida por Manuel Castells (2003).

As certificações individuais ou coletivas fornecem elementos que orientam a compra baseada em critérios menos subjetivos e, mesmo desconhecendo o significado desses ícones e símbolos, é possível, hoje, descobrir, comunicar e socializar sobre eles de forma rápida na internet e receber uma incrível quantidade de dados, que embriagam os sentidos. Essa profusão de dados caracteriza o paradigma da sociedade atual com excesso de informação, sem aprofundamento ou reflexão (CASTELLS, 2003).

Os signos distintivos de qualidade também estão inseridos no contexto de uma cultura de proteção da tradição atrelada às relações comerciais. No Brasil, as primeiras leis que regulamentavam a proteção da propriedade intelectual e o uso de sinais diferenciadores remonta ao século XIX. Os selos de indicação geográfica, como conhecemos hoje, surgiram na Europa, para a proteção de produtos agroindustriais regionais. Não é coincidência, que os mais antigos sinais distintivos de propriedade e qualidade tenham sido registrados lá: desde a Antiguidade ânforas de vinho eram marcadas na Grécia para diferenciar a origem, como vimos.

Os parâmetros técnicos, como destacado por Bowen (2012a), definem um mínimo de qualidade, mas não são suficientes diante das especificidades das produções locais e das diferenças regionais, ainda mais em se tratando de país com as dimensões do Brasil. Nesse contexto, as indicações geográficas criam comunidades imaginadas – partindo do conceito do sociólogo Stuart Hall (2014), citado no capítulo 2 desta dissertação - que tentam manter uma estrutura em desmoronamento, fortalecendo identidades ameaçadas pela globalização na pós-modernidade. E, embora, bastante recomendadas e estimuladas pelos órgãos de proteção (OMPI ao nível mundial e INPI no Brasil), não parecem ser o foco das grandes indústrias cachaças, assim como podem prejudicar o desenvolvimento global de uma região se não preverem formas de integrar os pequenos produtores locais.

As IGS precisam ser apoiadas por políticas rurais adequadas, legislação específica e transferência de conhecimento (MANCINI, 2013). Quando olhamos para os dados disponíveis da cachaça, vemos que apenas 20% do volume total exportado é proveniente dos pequenos produtores tradicionais, aqueles que poderiam se beneficiar diretamente das IGS, enquanto 80% corresponde à cachaça industrial (SILVA JUNIOR, 2022). Dessa forma, a produção se põe como um processo cada vez mais industrializado e excludente, que ignora a perspectiva do desenvolvimento regional sustentado, embora os sistemas agroalimentares sejam promovidos publicamente pelo governo.

O interesse por informações relacionadas aos processos que conferem qualidade à cachaça é crescente também porque o próprio movimento de institucionalização e exportação do destilado brasileiro é estimulado por programas que têm ou não o apoio governamental. Os dados do Ministério da Economia apontam crescimento de valor das exportações de cachaça frente ao volume, destacando as cachaças finas.

Esse mercado de bebidas *premium* é baseado na concepção de bens simbólicos, definida por Pierre Boudieu (1989) em que a necessidade de diferenciação leva a um aumento das “instâncias de consagração” para legitimação do reconhecimento. O número de cachaças que procuram o reconhecimento de especialistas tem aumentado, ao mesmo tempo em que listas e guias de cachaça se proliferam em um número cada vez maior.

Uma outra forma de conquistar notoriedade, como mencionado neste capítulo, são os rankings e concursos, promovidos por empresas especializadas na produção de grandes eventos e que contam com equipes de marketing e divulgação para disseminar os resultados. Vimos também que listagens de cachaça são controversas especialmente porque a escolha dos indicadores por parte de quem desenvolve os rankings e concursos apresentam metodologias variadas. Grande parte dessas competições demandam o pagamento de inscrição, para gerarem dispositivos de julgamento, movimentando o que Lucien Karpik (2008) nomeou de “economia das singularidades”.

O próprio processo produtivo da cachaça tem se segmentado, sendo, em alguns casos, constituído por um conjunto de profissionais que asseguram a exclusividade e raridade dos produtos, gerando elementos de singularização. Nesse modelo, a concorrência por preços não é mais o foco principal, embora produtos chancelados registrem incremento nos preços da ordem de 13% (PAROISSIEN; VISSER, 2020) e os vencedores de concursos, aumento nas vendas de 30% em média (MAIA, 2020).

Para além dos ganhos econômicos, os selos são baseados em métodos e técnicas que encontram correspondência na ciência. Os padrões de identidade e caracterização da cachaça usam pesquisas físico-químicas para direcionar as políticas regulatórias, e as Indicação Geográficas levam em consideração questões históricas e culturais, que são objeto de estudo das ciências sociais, por exemplo. Se a Divulgação Científica está para além dos meios de comunicação de massa, sendo expressada até em campanhas publicitárias e educativas, como indicado por Bueno (2010), verificamos que a cultura da ciência está expressa na constituição dos selos distintivos de qualidade e, estes, apresentam potencial para divulgar processos que envolvem o conhecimento científico.

Porém, a mera exposição sem um trabalho de divulgação e conscientização, pode esvaziar o potencial desses indicadores, desfavorecendo a participação das pessoas em processos de tomada de decisão, como a revisão do marco legal da cachaça, ou, ainda propostas internacionais, como a da Organização Mundial da Saúde (OMS), para redução do teor alcoólico de bebidas destiladas que impacta na preservação de conhecimentos tradicionais e produtos que expressam culturas tradicionais.

Aplicando o conceito de DC mais amplo de Fioravanti (2022), percebemos que museus da cachaça e outros projetos de divulgação da bebida, espalhados pelo país, demonstram uma preocupação ética e um esforço em apresentar processos, princípios e metodologias associados à C&T da cachaça, trabalhando com a Divulgação Científica, embora, por vezes, sem o acompanhamento de um profissional com formação ou especialização na área. Veremos, a seguir, qual a percepção das pessoas sobre os signos distintivos da cachaça.

5. PERCEPÇÃO DA CACHAÇA: O QUE PENSAM OS APRECIADORES

O Brasil vem ampliando, sobretudo nas últimas décadas, seus esforços pelo avanço do desenvolvimento da cachaça enquanto destilado nacional e, principalmente, no fluxo de exportações. E conhecer a percepção de segmentos específicos do setor sobre a importância atribuída a selos, guias, rankings e rótulos como indicadores de qualidade do destilado do Brasil é de grande relevância, não somente para auxiliar a tomada de decisão em relação à área, como também ampliar a participação da sociedade em escolhas que podem afetar a constituição da cachaça enquanto produto cultural, histórico e simbólico do país.

Por esta razão, este estudo se dedicou a mensurar a percepção da cachaça enquanto patrimônio nacional a fim de descobrir o quanto do público de pessoas com interesses em cachaça (consumidores, produtores, especialistas e comerciantes) atribuem importância a elementos indicativos de qualidade do destilado do Brasil. Conhecendo a opinião dos entrevistados sobre a ciência, a tecnologia e a inovação na produção da cachaça e identificando atores que comunicam ou promovem a divulgação científica e cultural da cachaça.

5.1. Indicadores de qualidade da cachaça investigados

Foram avaliados nesta pesquisa 13 indicadores de qualidade, baseados na literatura sobre cachaça, descritos na Introdução desta dissertação. Entre eles estão atributos de produção, que podem ser relacionados à tradição, como região produtora, variedade de cana usada, método de fermentação, método de destilação e selos de procedência. Cabe lembrar que a região produtora é uma exigência nos rótulos, enquanto os selos de procedência são propriedades conquistadas, com pedidos de Indicação Geográfica (IG) depositados no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI).

Foram também abordados atributos de sustentabilidade como manejo do canavial, manejo da cana pós-colheita, certificações (produção orgânica e boas práticas). Além de outros atributos mais ligados à inovação, como tipo de mistura de cachaças de lotes diferentes (*blend*), prêmios recebidos, método de armazenamento e variedade de madeira usada, bem como relacionado basicamente com especificações técnicas, como a graduação alcoólica.

Tabela 6 – Atributos indicadores de qualidade avaliados no estudo

1	Região produtora
2	Manejo do canavial
3	Manejo da cana pós-colheita
4	Variedade de cana usada
5	Método de fermentação
6	Método de destilação

7	Método de armazenamento
8	Variedade de madeira usada
9	Tipo de mistura (<i>blend</i>)
10	Prêmios recebidos
11	Certificações
12	Selos de procedência
13	Graduação alcoólica

Fonte: Câmara (2004; DA SILVA, 2018; CAVALCANTE, 2011a; NOVO, 2011, 2022; SOUZA; ALCARTE; LIMA, BORTOLETTO, 2013; ALMEIDA; DIAS, 2018; DA SILVA, 2018)

5.2. Caracterização da amostra

A composição demográfica da pesquisa demonstra a predominância de homens, brancos, de meia-idade e idosos, de alto poder aquisitivo e alta escolaridade. Dentre os 285 respondentes do questionário, 86% é do sexo masculino, 80% se autodeclarou de cor branca, 81% tem mais de 45 anos, 87% tem graduação completa e 49% tem renda familiar superior a dez salários mínimos. As áreas de conhecimento mais citadas foram Ciências Humanas (25,7%), Engenharias (22%) e Ciências Exatas e da Terra (19,9%). A maioria (74%) reside nos Estados do Sudeste (São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Espírito Santo) e se identifica como consumidor de cachaça (78%).

Era esperada a predominância masculina, principalmente entre consumidores de cachaça, uma vez que os homens representam 65% do total de pessoas adultas que consomem bebidas alcoólicas regularmente no país, segundo a Pesquisa Nacional de Saúde (IBGE, 2019). Entretanto, o número superou a expectativa demonstrando, entre outras coisas, uma dificuldade de se atingir, com a metodologia proposta, um público mais amplo de mulheres e viés do perfil de seguidores do site Mapa da Cachaça, usado como base da pesquisa para alcançar pessoas interessadas em cachaça no país.

Nota-se ainda que o perfil socioeconômico encontrado nesta pesquisa é similar ao dos já citados estudos realizados por Valente *et al.* (2020), Ferreira-Junior (2011) e Carneiro *et al.* (2010). Nessas pesquisas, a participação masculina foi de 85%, 72% e 96%, e a escolaridade foi relatada como superior completo por 85%, 79% e 50% dos entrevistados respectivamente. No caso de Valente *et al.* (2020), foi avaliada a relevância de sinais e atributos de qualidade na escolha e consumo da cachaça, a partir de participantes de Confrarias de Cachaça, frequentadores ou proprietários de Cachaçarias e outras pessoas diretamente ligadas ao setor, identificadas e indicadas por participantes na pesquisa.

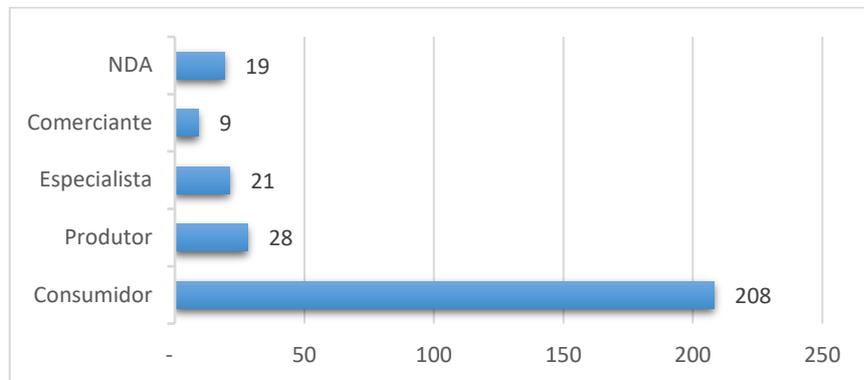
Em Ferreira-Junior (2011), foi apurado se variáveis, como design e rótulo da garrafa, perfil do consumidor, qualidade percebida e atividades sociais, afetavam a intensidade de consumo da cachaça por apreciadores do Espírito Santo. Já em Carneiro *et al.* (2010) tratou-se de um grupo focal aplicado em Viçosa (MG), que coletou opiniões e atitudes dos consumidores em relação a quatro diferentes embalagens em suas características físicas e rótulos de cachaças, também relacionado a estratégias de marketing e para o consumo.

Diferentemente, neste estudo, foi avaliada a percepção de importância, não apenas, de rótulos e certificações, bem como de guias, rankings e selos, como indicadores de qualidade do destilado brasileiro. Mensurou-se distintamente a percepção de consumidores, especialistas, produtores e comerciantes sobre a cachaça enquanto patrimônio nacional e buscou-se a opinião dos entrevistados sobre a ciência, a tecnologia e a inovação na produção do destilado, com a identificação de possíveis atores que comunicam ou promovem a divulgação da ciência, tecnologia e cultura da cachaça.

5.2.1. Ocupação dos entrevistados

A amostra contempla um grande número de pessoas que se identifica como consumidor de cachaça. No Gráfico 1 é mostrada a frequência das categorias, divididas entre consumidor, comerciante, especialista, produtor de cachaça e nenhuma das alternativas (NDA), que representa as pessoas que não se identificaram em nenhuma das classificações pré-estabelecidas no questionário. Cinco pessoas deixaram esta pergunta em branco e foram, para efeito desta análise, agrupadas na categoria NDA. Do total, 73%, das respostas são de consumidores de cachaça, em seguida há produtores (9,8%) e especialistas (7,4%). Além disso, os comerciantes de cachaça representam 3,2% da amostra, enquanto 6,6% da amostra não se identifica em nenhuma categoria e representa uma parcela de interessados não-bebedores de cachaça.

Gráfico 1 – Frequência das categorias - Brasil/2022

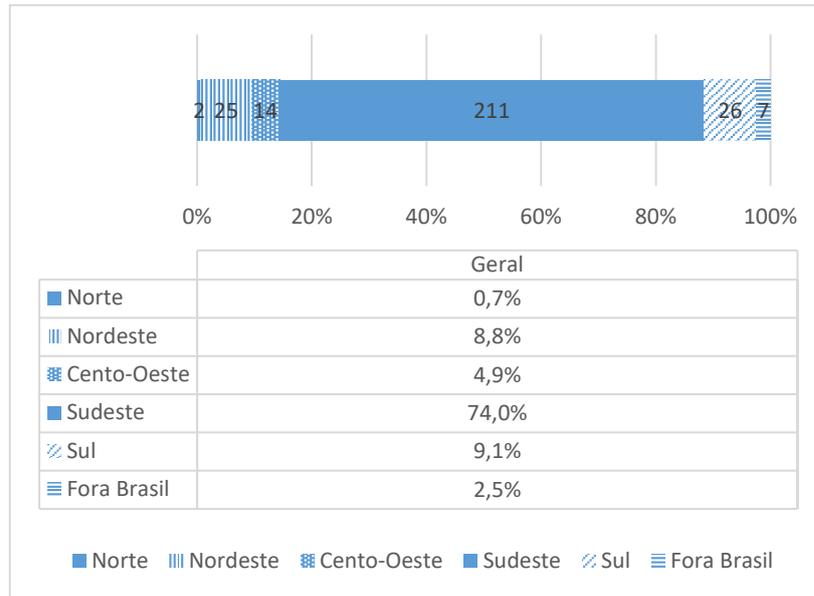


Fonte: produção da autora. Nas referências, é localizada na íntegra a partir de Palazi (2023).

5.2.2. Localização geográfica do domicílio

A região Sudeste foi relatada por 74% da amostra como localização do domicílio e foi também a mais frequente em todos os estratos analisados conforme os gráficos 2 e 3, seguida das regiões Sul (9,1%), Nordeste (8,8%), Centro-Oeste (4,9%) e Norte (0,7%). Sete entrevistados relataram residir fora do Brasil (2,5%).

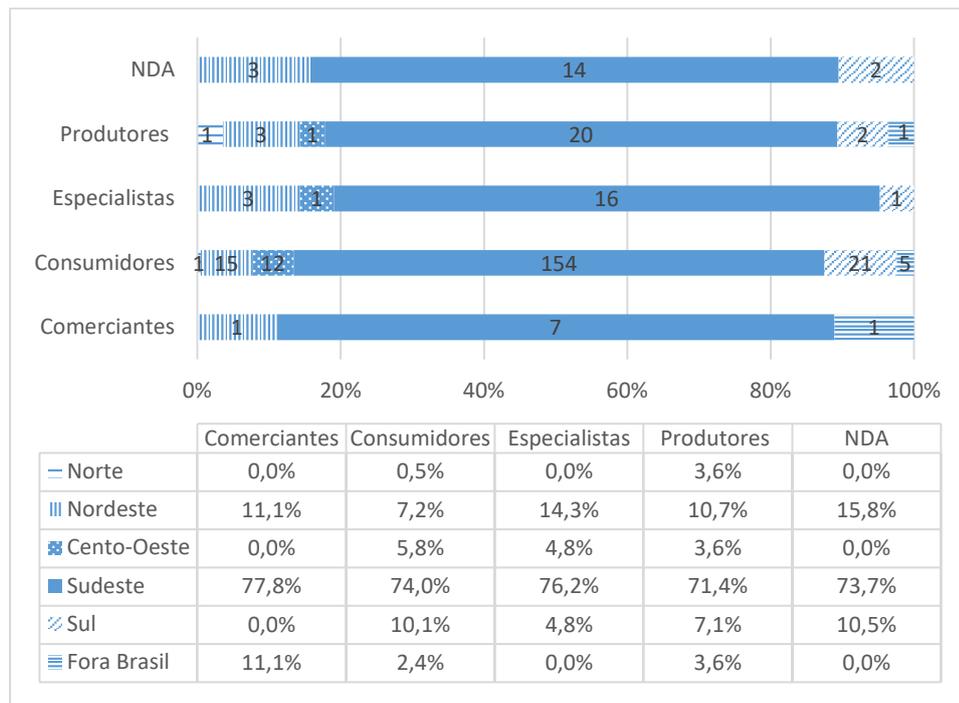
Gráfico 2 – Região dos apreciadores da cachaça – Brasil/2022



Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

Nos estratos consumidor e produtor de cachaça todos as macrorregiões do país foram contempladas. Em comerciantes, especialistas e NDA, o Centro-Oeste apareceu em apenas uma resposta e o Norte não foi contemplado com nenhuma participação.

Gráfico 3 – Região dos apreciadores de cachaça, por categoria – Brasil/2022



Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

Alguns pontos são justificáveis de tal concentração no Sudeste. O primeiro ponto reside na região, composta pelos Estados de Minas Gerais, São Paulo, Espírito Santo e Rio de Janeiro, ter o maior número de estabelecimentos produtores de cachaça registrados no país, segundo os dados do Anuário da Cachaça 2021 (BRASIL, 2022b), e também o maior volume de produção. O segundo ponto está ao lançarmos o olhar para a Pesquisa Nacional de Saúde (IBGE, 2019): encontramos tendência semelhante na situação de domicílio das pessoas com mais de 18 anos que declararam consumir bebidas alcoólicas uma vez ou mais por semana, tendo o Sudeste como principal Estado de concentração de consumidores, seguido por Nordeste, Sul, Centro-Oeste e Norte. Por fim, destacamos o fato de a coleta da amostra estar focada em seguidores do Mapa da Cachaça um projeto com sede em São Paulo capital, de abrangência nacional, mas particularmente focado na macrorregião Sudeste.

5.2.3. Cor ou raça

A maioria dos entrevistados da amostra se autodeclarou branco (77,7%). Os pardos representam 16,6%, pretos 4,2% e amarelos 1,4%. Não foram alcançados entrevistados que se autodeclararam indígenas e duas pessoas não responderam a esta pergunta do questionário. Em relação à frequência de cor ou raça por categoria encontramos que 66,7% comerciantes de cachaça são brancos e outros 33,3% pardos; dos consumidores, 80,2% são brancos, 14,4% são pardos, 3,86% são pretos e 1,4% amarelos; Entre os especialistas em cachaça, 76,1% são brancos, 14,2% pardos, 4,7% são pretos e 4,7% amarelos. Os produtores se autodeclararam brancos em 77,8% dos casos, 14,8% são pardos e 7,4% pretos. Por fim, 57,8% dos entrevistados que não são NDA são brancos, 36,8% pardos e 5,2% pretos.

Tabela 7 – Cor ou raça por categoria – Brasil/2022

Cor ou Raça	Frequência, por categoria					Frequência %
	Comerciante	Consumidor	Especialista	Produtor	NDA	
Amarela	0	3	1	0	0	1%
Branca	6	166	16	11	21	78%
Parda	3	30	3	7	4	17%
Preta	0	8	1	1	2	4%
Total	9	207	21	19	27	

Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

5.2.4. Sexo e idade

Entre os 283 respondentes dessa pergunta, 85,5% são homens e 14,5% são mulheres. Neste estudo, as mulheres têm maior presença entre especialistas e comerciantes de cachaça e a presença mais baixa se deu entre produtores de cachaça. Duas pessoas não declararam o sexo.

Tabela 8 – Sexo por categoria – Brasil/2022.

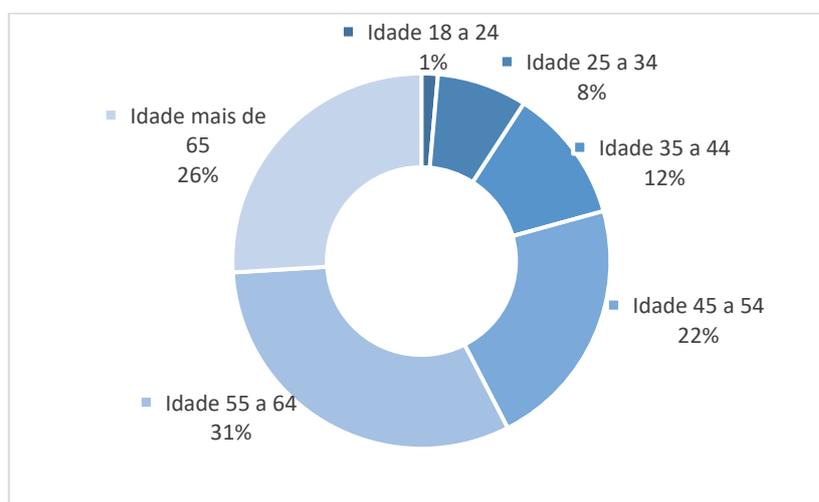
Cor ou Raça	Frequência, por categoria					Frequência %
	Comerciante	Consumidor	Especialista	Produtor	NDA	
Feminino	2	27	7	3	2	14,5%
Masculino	7	179	14	16	26	85,5%
Total	9	206	21	19	28	

Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

Na frequência de sexo por categoria é possível ver que 77,8% dos comerciantes de cachaça são homens e 22,2% mulheres; 86,1% dos consumidores de cachaça são homens e 12,9% mulheres; 66,7% dos especialistas em cachaça são homens e 33,3% mulheres; 92,8% dos produtores de cachaça são homens e 7,1% mulheres; e 84,2% dos entrevistados NDA são homens e 15,8% mulheres.

Ao analisar a frequência de respostas por idade e categoria, constata-se que quanto maior o rendimento, maior a proporção de pessoas com interesses em cachaça, tendência parecida também encontrada na PNS (IBGE, 2019) entre os consumidores regulares de bebida alcoólica no país. Mais de 80% da amostra possui acima de 45 anos. Quase um terço (32%) se enquadra na faixa de 55 a 64 anos e 26% declarou ter mais de 65 anos. São poucos os jovens entre 18 e 24 anos (apenas 4) e não há respondentes da pesquisa nessa faixa etária entre os autodeclarados produtores de cachaça.

Gráfico 4 Distribuição por idade – Brasil/2022

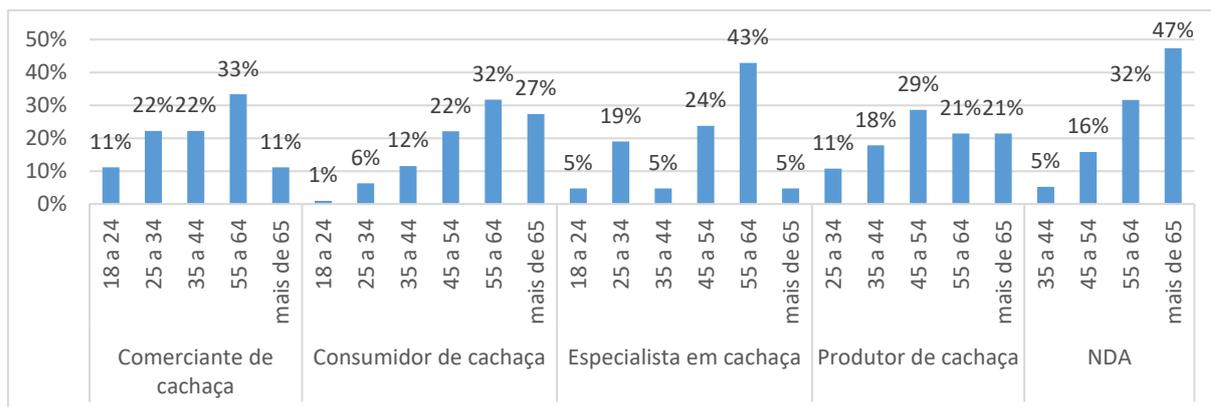


Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

Os consumidores de cachaça que apresentam mais de 45 anos representam 81,2% do total nesta categoria e 71,4% dos produtores de cachaça também estão nessa faixa etária. Ressalta-se que não foi registrado nenhum produtor de cachaça menor de 25 anos. No Brasil, apenas 6,8% dos empreendedores têm entre 18 e 24 anos (SEBRAE, 2021), o que pode justificar tal ausência, juntamente com a própria tradição dos alambiques, muitos deles passados de geração para geração. Essa

também é a idade que muitos jovens entram no ensino superior e priorizam a formação, o que pode influenciar também a taxa de jovens empreendedores no mercado de cachaça. Entre os comerciantes, por sua vez, 77,7% possuem entre 25 e 64 anos, demonstrando uma distribuição mais equilibrada entre as faixas etárias. Os especialistas que possuem entre 45 e 64 anos representam 66,7% da amostra estratificada, sendo a categoria que se destaca com a mais alta porcentagem de jovens de 18 a 34 anos (23,7%). Por fim, 78,9% dos entrevistados NDA possuem mais de 55 anos.

Gráfico 5 – Faixa etária, por categoria – Brasil/2022

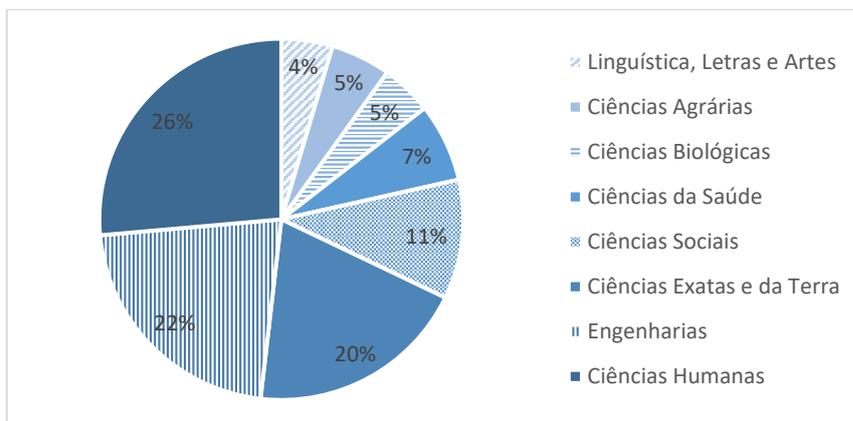


Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

5.2.5. Nível de instrução e área de formação

O nível de escolaridade médio aponta que 87,4% dos entrevistados são graduados no ensino superior. Destes, 25,7% tem formação em Ciências Humanas, outros 22% em Engenharias e 19,9% em Ciências Exatas e da Terra. Todas as oito grandes áreas do conhecimento foram contempladas nas respostas, conforme mostra o Gráfico 6. Mais da metade (53%) dos respondentes da pesquisa possuem Pós-graduação (especialização, mestrado ou doutorado), alto nível de escolaridade quando comparado à média brasileira. No país, a proporção de pessoas de 25 anos ou mais de idade que finalizaram o ensino superior completo era de 17,4%, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD Educação 2019 (IBGE, 2020).

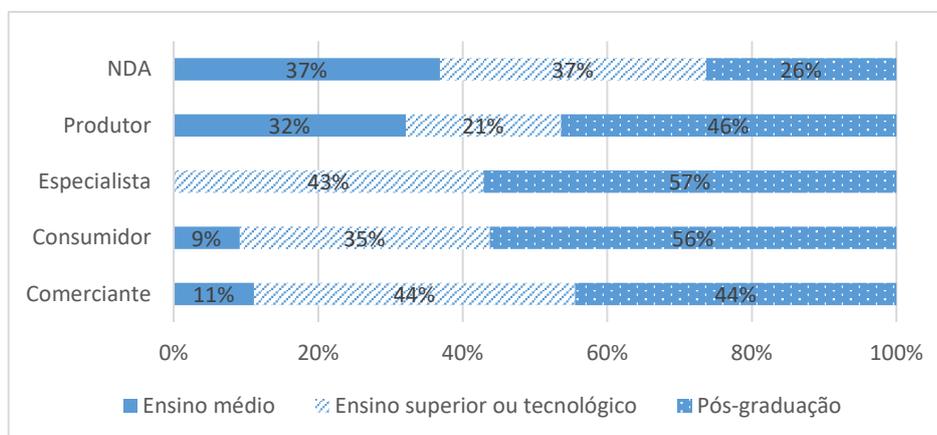
Gráfico 6 – Área de formação geral – Brasil/2022



Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

Ao filtramos por categoria (Gráfico 7), é possível identificar que especialistas e consumidores de cachaça apresentaram o maior nível de escolaridade na pesquisa desenvolvida, enquanto produtores de cachaça e pessoas que não se identificaram em nenhuma categoria (NDA) apresentam porcentagem mais expressiva com apenas o ensino médio completo. Todos os especialistas possuem ensino superior ou tecnológico, sendo mais da metade (57,14%) com pós-graduação. Entre os consumidores, esse número foi um pouco menor, 56,25% de pós-graduados, outros 34,62% de graduados e 9,13% com apenas o ensino médio. Os comerciantes com nível superior representam 88,9% do estrato, sendo 44,44% com pós-graduação, além de 11,11% com ensino médio. Os produtores de cachaça possuem pós-graduação em 46,43% dos casos, além disso, 21,43% relataram ter o ensino superior ou técnico completo e 32,14% possui apenas o ensino médio. Os entrevistados NDA com pós-graduação somam 26,32% do total, e temos 36,84% com ensino superior ou tecnológico e a mesma porcentagem com ensino médio.

Gráfico 7 – Escolaridade por categoria – Brasil/2022



Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

Entre os consumidores e especialistas em cachaça identifica-se ainda formações heterogêneas, em que todas as áreas do conhecimento estão presentes, com destaque para as Ciências Humanas entre os consumidores e as Ciências Agrárias entre os especialistas. Dos comerciantes com graduação e pós-graduação há formados em Ciências da Saúde, Ciências Exatas e da Terra, Ciências Humanas e Engenharias. Interessante notar que entre os produtores entrevistados com formação superior, nenhum possui diploma em Ciências Agrárias e Ciências Biológicas, duas áreas que possuem afinidade com a atividade desenvolvida, bem como ninguém autodeclarou formação em Linguística, Letras e Artes. Entre os respondentes NDA também não há na amostra representantes com formação em Ciências Biológicas e Ciências Humanas.

5.2.6. Renda familiar

O resultado dessa variável mostrou alto poder aquisitivo dos respondentes da pesquisa. É possível ver que quanto maior o rendimento, maior é a proporção de consumidores, especialistas e produtores de cachaça. Entre os comerciantes de cachaça, 44,4% possuem renda declarada de até 2 salários mínimos (R\$ 2,2 mil) e 63,1% dos entrevistados NDA possuem renda de até 6 salários mínimos (R\$ 6,6 mil). Enquanto nas demais categorias, 52,7% dos consumidores de cachaça, 52,4% dos especialistas e 50% dos produtores de cachaça possuem renda de mais de 10 salários mínimos. Na tabela 12 é possível acompanhar a frequência e porcentagem de cada estrato dentro de cada uma das seis faixas de renda perguntadas. A soma total não atinge 285 respondentes, pois oito pessoas deixaram esta questão em branco.

Tabela 9 – Renda mensal por categoria – Brasil/2022

	Frequência, por categoria					Total %
	Consumidor	Comerciante	Especialista	Produtor	NDA	
Até 2 salários mínimos	4	4	1	3	3	5%
2 a 4 salários mínimos	22	0	2	6	4	12%
4 a 6 salários mínimo	21	2	2	2	5	12%
6 a 8 salários mínimo	22	0	3	1	1	10%
8 a 10 salários mínimo	26	0	2	2	3	12%
Acima de 10	106	3	11	14	2	49%
Total	201	9	21	28	18	

Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

5.3. Análise e discussão dos dados

Os resultados quantitativos dessa pesquisa compreendem uma amostra de conveniência, portanto, as conclusões não devem ser interpretadas como representativas de todos os apreciadores de cachaça ou a percepção pública da cachaça. Entretanto, os dados permitem explorar realidades culturalmente específicas que elucidam como a construção de prestígio e a percepção da cachaça entre pessoas de alta escolaridade e alto poder aquisitivo está associada a uma dimensão de consumo tratada

nessa dissertação como normatizada pelo Estado e validada a partir da ciência. Veremos que a comunicação da cultura científica é vista como positiva para a consolidação da unificação pretendida para o setor.

Para melhor compreensão dos resultados, as variáveis desse estudo foram agrupadas em cinco eixos: 1. Reputação e notoriedade da cachaça; 2. Entendimento e aceitação; 3. Pesquisas científicas; 4. Indicadores de qualidade; 5. Fontes de informação e conteúdo desejado. A seguir, cada um deles será analisado.

5.3.1. Percepção da cachaça enquanto símbolo cultural (Eixo 1)

A identificação de níveis de percepção da cachaça enquanto símbolo da cultura brasileira e a relação com os indicadores de qualidade é especialmente interessante por constituir um importante elemento de medição da relevância simbólica desse produto típico do país e a força dos sentidos que ele adquire na contemporaneidade. À medida que a autoimagem da cachaça, como uma identidade brasileira, continua a transpor para além das fronteiras do país, acompanhar como esse movimento se desenvolve e movimenta sob novas políticas ajuda a compreender os impactos das mudanças em curso.

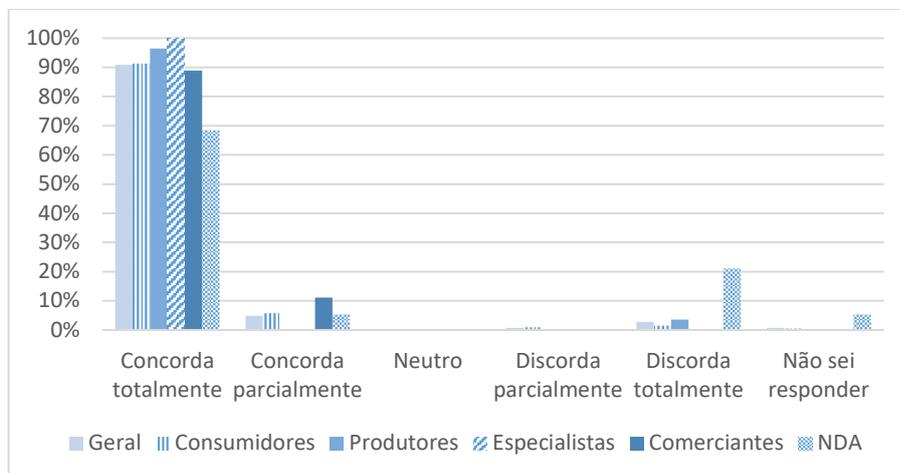
Aos respondentes da pesquisa foi feita uma bateria de perguntas com objetivo de levantar a opinião sobre o prestígio da cachaça, um tema constantemente exposto na mídia, em veículos de comunicação amplos e segmentados, principalmente motivado por campanhas, lançamentos de produtos, divulgação de listas entre outros. Foi usada a escala intervalar em modelo *Likert*, para avaliar o grau de concordância nas afirmações. As respostas foram agrupadas em concorda totalmente e concorda parcialmente, obtendo-se um dado positivo; discorda parcialmente e discorda totalmente, como um dado negativo; a opção intermediária e neutra; e a opção para quem não sabia responder.

A maioria dos brasileiros interessados em cachaça entrevistados compartilha uma imagem positiva da cachaça, de elevado prestígio e valor, enquanto elemento constitutivo da cultura nacional. Era de se esperar que o público, por sua relação de proximidade com a bebida, seja como consumidor, produtor, comerciante ou especialista, concordasse com as afirmações “A cachaça é uma bebida tradicional brasileira” (Gráfico 8) e “A cachaça representa o Brasil” (Gráfico 9). De forma que os resultados foram previsivelmente altos: 259 dos 285 entrevistados concordaram totalmente com a primeira demanda e 206 com a segunda, ou seja 90% e 72% da amostra geral, respectivamente, não colocam em dúvida as afirmações.

Somadas as duas respostas (concordo totalmente e concordo parcialmente) temos que 96% da amostra (273 respondentes) considera a cachaça uma bebida brasileira e 92% (264 respondentes) acredita que a cachaça representa o Brasil. Importante ressaltar que 100% dos especialistas concordam que a cachaça é uma bebida brasileira e apenas um especialista não se posicionou quanto a segunda afirmação (Gráfico 9). Constata-se, portanto, neste recorte de pessoas interessadas em cachaça, uma

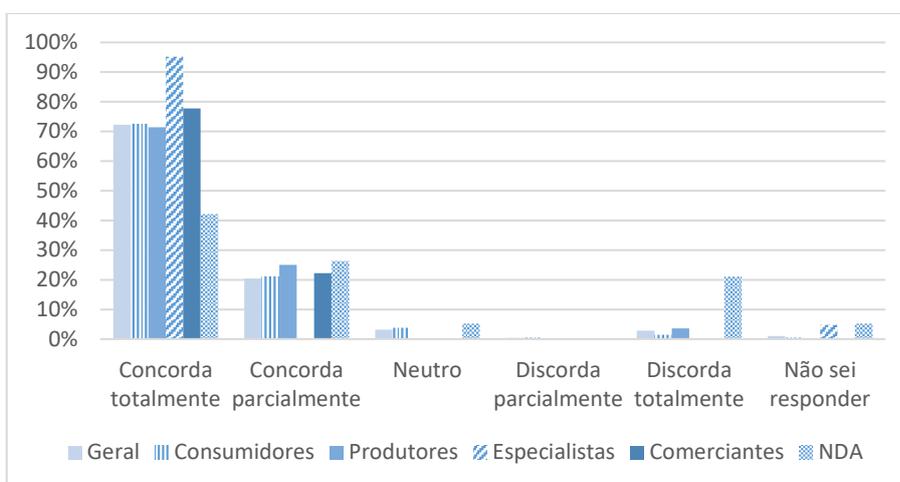
cristalização da percepção de imagem que vem sendo construída para a cachaça, ao longo dos séculos XX e XXI.

Gráfico 8 – Percepção da cachaça como bebida tradicional, por categoria (A cachaça é bebida tradicional brasileira) - Brasil/2022



Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

Gráfico 9 – Percepção da cachaça como bebida representativa do país, por categoria (A cachaça representa o Brasil) - Brasil/2022



Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

É válido reparar que o maior índice de rejeição (21%) foi encontrado entre as pessoas que não se identificaram em nenhuma das categorias, ou seja, não se consideram consumidores, produtores, comerciantes ou especialistas em cachaça. Embora visivelmente pequena, essa parte da amostra oferece uma ideia de cachaça que se contrapõe ao senso dos apreciadores, em geral, cuja análise aprofundada merece um estudo específico, sobretudo se considerarmos que a maior parte se declarou moradora do Sudeste.

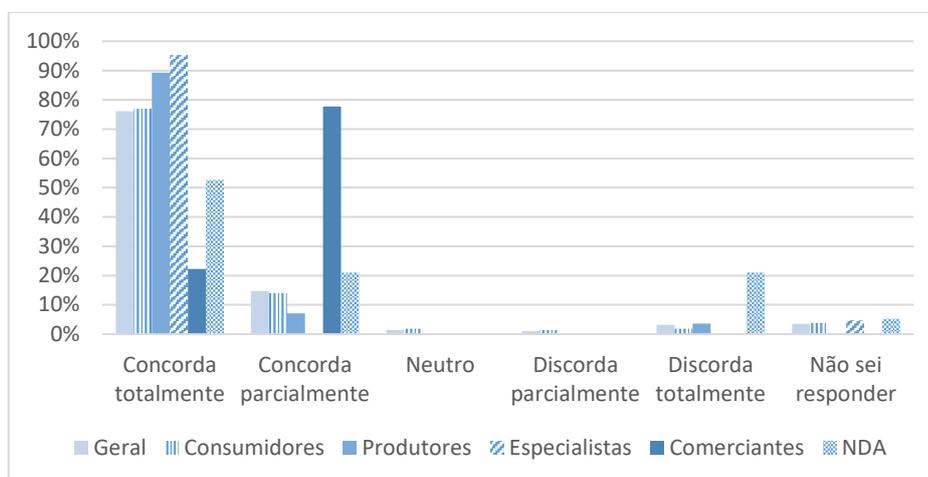
A região oferece, particularmente, maiores chances de contato com o destilado pela alta produtividade e distribuição de alambiques no território, porém, também é a mais populosa e urbana do

país. Nota-se ainda a presença de respostas neutras, ainda que percentualmente baixas, à segunda afirmação, sobre a cachaça representar o Brasil, entre consumidores (3,85%) e NDA (5,26%), e percebe-se que as declarações de reconhecimento da cachaça, neste estudo, estão associadas ao nível de envolvimento dos sujeitos com o produto.

A cachaça tem elevado seu prestígio, ao menos entre o público de apreciadores, mas ainda suscita desconfiança, principalmente de quem não está diretamente ligado a ela. Outro exemplo, nesse sentido, é a questão da percepção sobre a qualidade da cachaça na comparação da bebida com outros destilados internacionais.

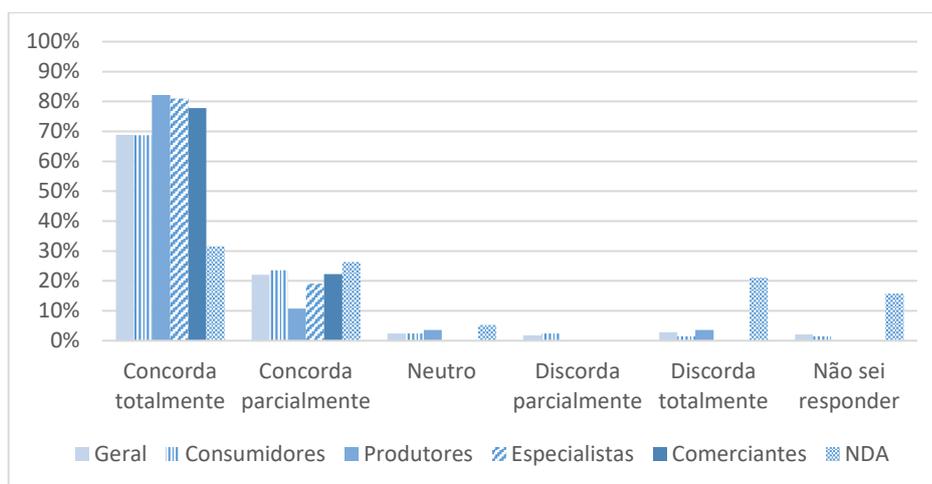
O número de pessoas que concordam totalmente com a afirmação “A qualidade da cachaça tem melhorado” (Gráfico 10) e “A cachaça é comparável a destilados importados” (Gráfico 11) também foi alto: 217 dos 285 respondentes consideraram, sem dúvidas, a presença de avanços que impactam na percepção final dos atributos da bebida, ou seja 76% do total, enquanto 196 afirmam paridade de atributos com outros destilados importados e representam 68% do total. Somadas as duas respostas positivas (concordo totalmente e concordo parcialmente) temos um percentual de 91% das respostas para ambas as questões. A maior rejeição percentualmente, entretanto, também foi encontrada entre os respondentes que não se identificam em nenhuma categoria.

Gráfico 10 – Percepção de melhoria na qualidade da cachaça (A qualidade da cachaça tem melhorado) - Brasil/2022



Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

Gráfico 11 – Percepção comparativa da qualidade da cachaça (Comparável a destilados importados) - Brasil/2022



Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

5.3.2. Imaginário, valoração e atitudes sobre cachaça (Eixo 1)

Algumas questões da pesquisa ampliam a visão sobre os valores e atitudes em relação a cachaça. A partir delas buscou-se captar como as pessoas que possuem alguma aproximação ou relação com a bebida, percebem o olhar do outro. Diferente da primeira bateria de perguntas, esta não está diretamente relacionada com a opinião do entrevistado sobre si mesmo, mas do universo que cerca o tema. Uma das questões diz respeito a imagem associada à cachaça que é percebida por consumidores, produtores, especialistas e comerciantes em outras pessoas. A partir da frase “Algumas pessoas não gostam de cachaça porque...”, os entrevistados foram convidados a responder o quanto concordavam ou discordavam de sete possíveis causas apresentadas: falta de informação, experiência negativa, qualidade duvidosa, experimentação restrita, impossibilidade de consumir destilados, dificuldade para escolher e imagem distorcida.

O resultado mostra que 83% dos entrevistados concordam parcial ou totalmente com o motivo da falta de informação (237 respostas), associando o não gostar de cachaça à ausência ou desinformação sobre a bebida. As experiências de um consumo exagerado ou desagradável também foram lembradas: 73% dos entrevistados afirmaram que as pessoas não gostam de cachaça porque tiveram uma experiência negativa com o destilado (207 respostas) associando a percepção negativa do gosto a hábitos de consumo exagerados e experiências sensoriais desagradáveis. Um índice superior de 82% também acredita que essas pessoas não apreciam, pois ainda não experimentaram a cachaça ideal para o paladar delas (235 respostas), indicando conhecimento sobre a existência de diferentes tipos e qualidades de cachaça.

A mesma proporção de respostas positivas (82%) teve a justificativa “dificuldade para diferenciar padrões de qualidade na hora da escolha” (233 respostas) e mostra que a percepção de gosto pode ser alterada a partir de estratégias de comunicação, reduzindo o problema percebido inicialmente sobre a falta de informação. Ainda relacionado com essas duas justificativas, está o motivo

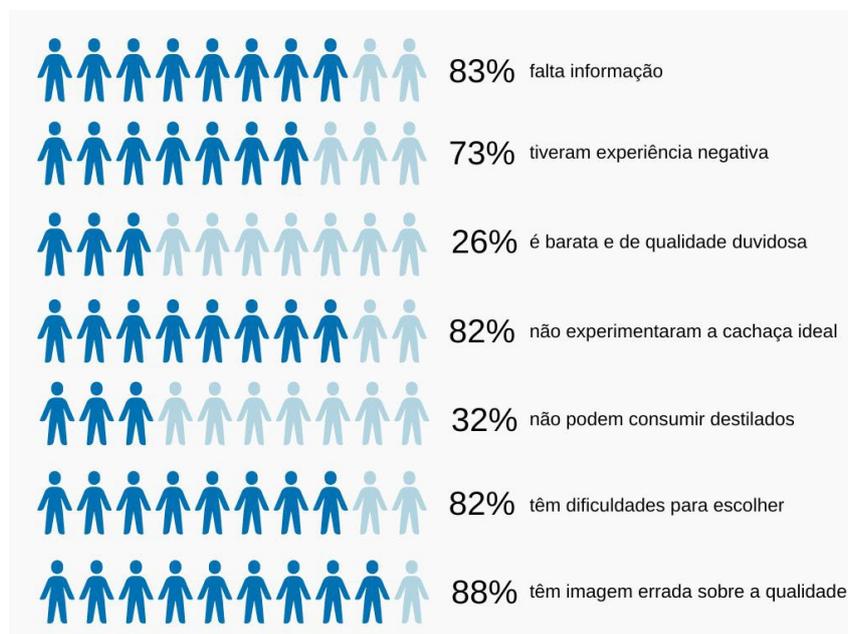
percebido que leva as pessoas a não gostarem de cachaça pois “têm imagem errada sobre a qualidade da bebida”, o qual alcançou um nível extremamente elevado, com 88% de concordância total ou parcial (251 respostas). Uma análise possível é que a falta de informação, as experiências negativas e os problemas para diferenciar os indicadores de qualidade afetam a imagem da bebida e atrapalham a experimentação.

Por outro lado, quando o motivo indicado foi associado à imagem de que a cachaça é uma “bebida barata e de qualidade duvidosa”, apenas 26% concordou com a afirmação, demonstrando que a percepção negativa, que foi associada à cachaça por muito tempo, não é percebida nesses estratos como fator preponderante (75 respostas). O nível de percepção de qualidade não estaria diretamente relacionado a visão da cachaça como bebida de padrão inferior, mas de uma qualidade diferente na relação de comparação com as outras. Um índice marcante, considerando todo o trabalho de institucionalização, internacionalização, “gastronomização”, valorização e ressignificação da cachaça, desenvolvido pelos diversos agentes envolvidos com o setor, tratados no primeiro e segundo capítulos. Por fim, ao associar o gosto ao impedimento de consumo (Não gostam, pois não podem consumir destilados), verificou-se que somente 32% dos entrevistados acreditam nessa afirmação (94 respostas), como pode ser acompanhado na Figura 13.

Os dois estratos que mais discordam que a falta de informação interfere no gosto das pessoas pela cachaça são os consumidores e os entrevistados NDA (11,1% e 26,3%, respectivamente), indicando que a percepção de falhas comunicacionais é mais consistente em quem trabalha no mercado da cachaça. Ora, se quem mais sente problemas na comunicação da cachaça, dentro do universo de apreciadores, é quem está diretamente ligado a produção e distribuição da bebida, é a partir desses grupos que deve (ou deveria) ebulir maiores esforços informativos e de divulgação. E, de fato, constata-se isso.

Em uma sociedade na qual a informação assume importância crescente e com os avanços nas tecnologias de informação (CASTELLS, 2003), obviamente essa dinâmica explica a profusão de canais dedicados a cachaça que foram criados por pessoas ligadas de alguma forma ao mercado de bebidas (jornalistas setoriais, membros de associações, consultores, especialistas, produtores etc.). Os esforços para o crescimento do mercado de cachaça, principalmente o mercado de alto valor agregado e dedicado à exportação, demanda legitimação social da cachaça (ALMEIDA, 2007), baseado não apenas nos atributos da tradição, mas na mudança da cultura do consumo. Assim, a conquista de novos ambientes para a cachaça na gastronomia e no turismo, a mudança na forma de produção e apresentação, a aplicação de novas etiquetas e formas de beber são temas frequentes nos conteúdos que tratam da cachaça.

Figura 13 – Nível de concordância dos entrevistados para a afirmação “As pessoas não gostam de cachaça porque ...” – Brasil/2022



Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

5.3.3. O que falta para a cachaça conquistar mais espaço (Eixo 2)

Ainda em se tratando de imaginário e valoração da cachaça, o questionário aplicado trouxe enunciados que congregam um conjunto de afirmações que ajudam a mapear algumas das estratégias possíveis para que o destilado brasileiro ganhe maior visibilidade, pela percepção de ausências. Nesse caso, sete enunciados foram apresentados ao entrevistado.

O resultado mostra que as pessoas tendem a concordar que faltam ações para a cachaça nos pontos previamente abordados na pesquisa. A maioria dos apreciadores de cachaça percebem a ausência de seis dos sete pontos destacados abaixo: Comunicação (90,2%) ; Incentivos ao setor (84,9%); Mais pesquisa e desenvolvimento (78,6%); Mudança de cultura dos produtores (75,1%); Fiscalização para coibir clandestinidade (66%) e Mudanças normativas (56,1%). O único que gerou maior variação de opiniões foi a estratégia “lançamento de novos produtos”, que registou o maior percentual de opiniões neutras (17%) e foi o segundo tema de maior desconhecimento dos entrevistados (8%), atrás da estratégia “mudanças normativas” (16%).

Os processos recentes que levaram à publicação dos novos Padrões de Identidade e Qualidade da cachaça não estão claros, em seus objetivos e interesses, para uma parcela considerável de pessoas que têm alguma ligação ou aproximação com a cachaça. A análise, assim, mostra mais uma vez a importância de uma comunicação mais assertiva para promover as mudanças desejadas, propagando conhecimento, integrando os diferentes agentes que compõe a cadeia da cachaça e permitindo a

formação do cidadão no sentido de que ele possa ter opiniões e uma visão crítica de todo o processo envolvido na produção da cachaça.

Tabela 10 – Pontos que impactam o avanço da cachaça, enquanto mercadoria, de acordo com os entrevistados

Estratégia	Frequência %	Característica
Comunicação	90,2% (257 respostas)	Os bons resultados da cachaça quando comunicados chamam a atenção e promovem mudanças;
Incentivos ao setor	84,9% (242 respostas)	As iniciativas que buscam incentivar a manutenção sustentável dos alambiques promovem melhorias que afetam toda cadeia;
Mais pesquisa e desenvolvimento tecnológico	78,6% (224 respostas)	Os esforços em P&D têm colaborado com avanços que se disseminam e influenciam produtores, associações de produtores, instituições representativas e impactam em políticas públicas.
Mudança de cultura dos produtores	75,1% (214 respostas)	As condições que tornam difícil a unificação do setor para a popularização da cachaça nesse contexto são as mesmas que tornam a cachaça mais atraente para o processo de internacionalização e exportação.
Fiscalização para coibir a clandestinidade	66% (188 respostas)	A separação que é feita entre cachaças legalizadas e sem registro mantém os produtores não-legalizados à margem dos potenciais da cachaça legal, mas também fora da tributação, sendo visto como um problema a ser coibido com a justificativa primeira da segurança ao consumo. O foco têm sido campanhas de conscientização, mais do que operações de coerção.
Mudanças normativas	56,1% (160 respostas)	As empresas de cachaça tendem a se adaptar para melhorar sua competitividade no mercado nacional e internacional, o que demanda adaptações e a criação de novos instrumentos normativos que acompanhem esses movimentos.
Novos produtos	49,5% (141 respostas)	A produção de cachaça é vista como muito aquém do potencial instalado e do potencial de mercado, espaço de inovação e de crescimento para o país.

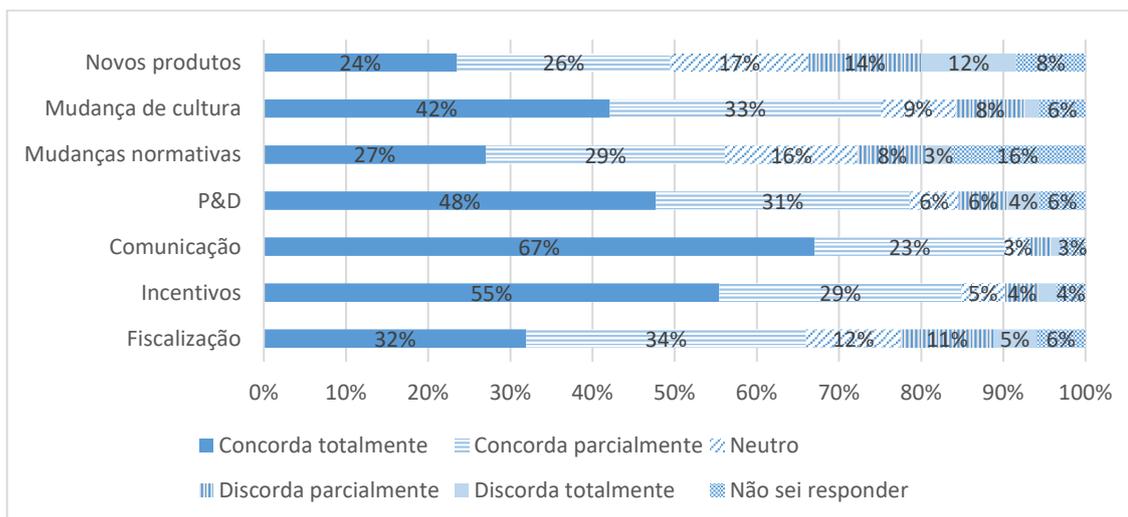
Fonte: elaboração própria.

A chance de se discordar sobre a necessidade de “Comunicação” e “Maior incentivo e investimentos” é maior entre os comerciantes e NDA (11%). Os comerciantes também possuem, ao lado dos produtores, maiores chances de discordarem sobre a necessidade de “pesquisas e desenvolvimento de novas tecnologias” para a cachaça (33% e 18%, respectivamente). Fazendo um paralelo entre as afirmações, em que apenas 4% dos produtores discordaram de que são necessários mais investimentos e incentivos para a cachaça, podemos deduzir que parte dos produtores não relaciona atividades científicas que envolvem P&D com um tipo de investimento para a cachaça.

Quando o assunto é a fiscalização para coibir a clandestinidade, os especialistas são 100% favoráveis a maior institucionalização e um maior controle dos produtores e distribuidores de cachaça, como forma de garantir a qualidade do produto e, que se reverteria, na visão desse grupo, em crescimento de toda cadeia. Os produtores, por sua vez, são menos favoráveis à fiscalização (25%), junto dos entrevistados NDA (32%) e também apresentam a maior taxa de neutralidade (18%). É válido lembrar que eles são diretamente os mais afetados pelo rigor das regras.

Quando o assunto é a mudança de cultura entre os produtores, comerciantes e especialistas são os mais favoráveis a essa afirmação, muito provavelmente porque são os que mais diretamente lidam com esse grupo. Em se tratando de inovações em produtos, observa-se que para 25% dos consumidores isso não é considerado importante para a cachaça ganhar mais espaço na mesa deles.

Gráfico 12 – Percepção sobre ausências para a cachaça conquistar mais espaço – Brasil/2022



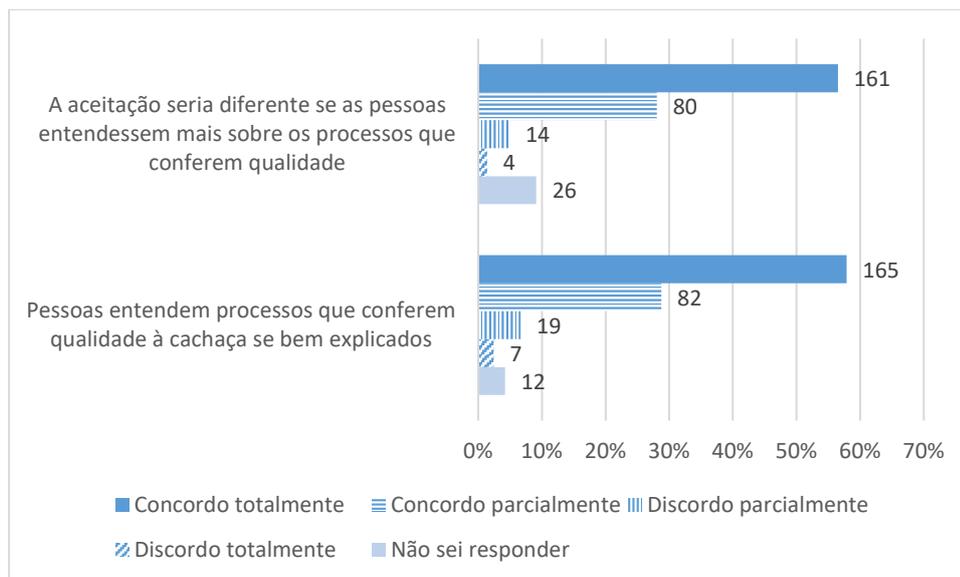
Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

5.3.4. Percepção sobre selos de qualidade para a cachaça (Eixo 2)

É indiscutível a importância das informações sobre a origem de produtos destinados ao consumo humano, mas a construção de qualidade para a cachaça ainda está longe de chegar a um consenso entre produtores, pesquisadores, entidades representativas e governamentais. Os selos de qualidade têm impacto, como vimos, na cultura, nos valores, na economia e no comportamento. De que maneira consumidores, produtores, especialistas e comerciantes de cachaça percebem esses múltiplos indicadores, qual sua confiança nas informações contidas neles e como se relacionam com questões de tradição, institucionalização e movimentos comerciais foram objeto desse eixo da pesquisa.

Na tentativa de compreender a dinâmica dos ícones emitidos por órgãos públicos, como a certificação orgânica e de boas práticas ou a indicação de procedência para cachaça, foi apresentada uma série de afirmações, que permitissem avaliar o modo pelo qual as pessoas envolvidas com a cachaça se relacionam com esses signos distintivos específicos. A maioria dos apreciadores de cachaça tem percepções positivas (86,7%) sobre o entendimento dos processos que conferem qualidade à cachaça desde que bem explicados. Eles também consideram que a aceitação da cachaça seria diferente se as pessoas entendessem mais desses processos (84,6%).

Gráfico 13 – Opinião sobre aceitação e entendimento – Brasil/2022

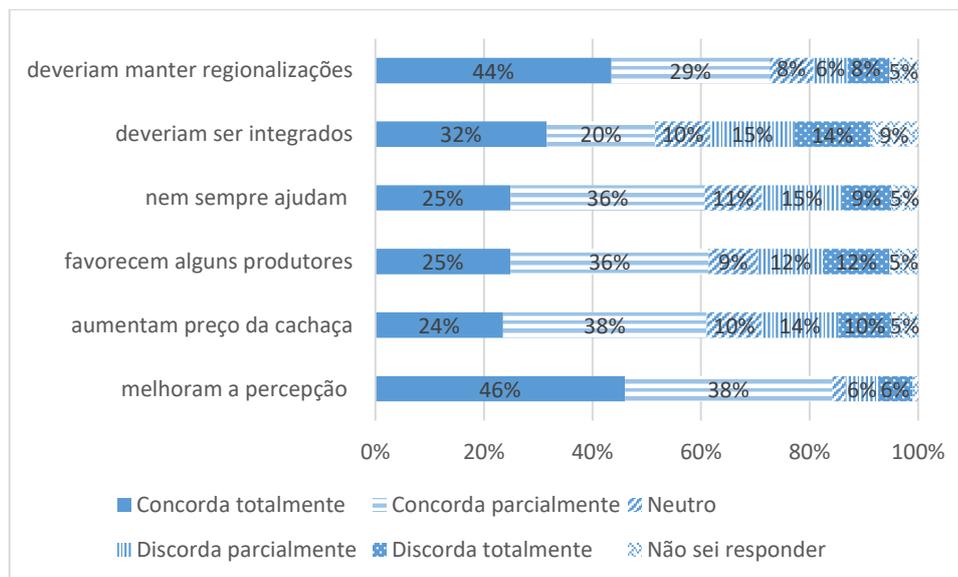


Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

Um percentual alto dos entrevistados também concorda (parcial ou totalmente) que os selos de qualidade melhoram a percepção sobre a qualidade da cachaça (84,2%, com 240 respostas). Mais de 70% é favorável que tais indicadores mantenham as regionalizações, tomando por pressuposto que cada localidade produz uma cachaça diferente (72,6%, com 207 respostas). Apesar disso, mais de 60% acredita que existe um desequilíbrio no acesso, de forma que tais selos favorecem apenas algumas marcas produtoras de cachaça, em detrimento de outras muitas que o país registra (61,4%, com 175 respostas).

A percepção econômica também é bastante negativa: 61,1% dos entrevistados (174 respostas) têm convicção de que estes indicadores de qualidade são usados como instrumentos para justificar o aumento do preço da cachaça e outros 60,7% (173 respostas) concordam que nem sempre eles explicam os critérios adotados e confundem mais do que ajudam quem está em busca de uma cachaça de qualidade. Por fim, mais da metade das pessoas (51,6%, com 147 respostas) são favoráveis à integração de indicadores de qualidade sobre um único selo nacional (veja Gráfico 14).

Gráfico 14 – Opinião sobre selos de qualidade da cachaça emitidos por órgãos públicos. Brasil/ 2022



Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

5.3.5. Percepção de Ciência e Tecnologia (C&T) na cachaça (Eixo 3)

A ciência e tecnologia que tornou possível as conexões e os encontros virtuais da cachaça, em tempos de distanciamento social, ajudando a mostrar as diferenças regionais do produto, é a mesma que busca validar novas formas de produzir e atestar a qualidade da bebida. A confiança dos brasileiros na ciência é uma das mais altas do mundo (3M, 2022), ainda que afetada por campanhas de desinformação durante a pandemia (MASSARANI *et al.*, 2022). E essa pesquisa mostra que a crença e o otimismo na ciência também são positivos entre os apreciadores da cachaça. A partir de algumas questões da enquete, foi possível saber qual a opinião de consumidores, produtores, especialistas e comerciantes de cachaça quanto a Ciência, Tecnologia e Inovação incorporadas na produção da bebida.

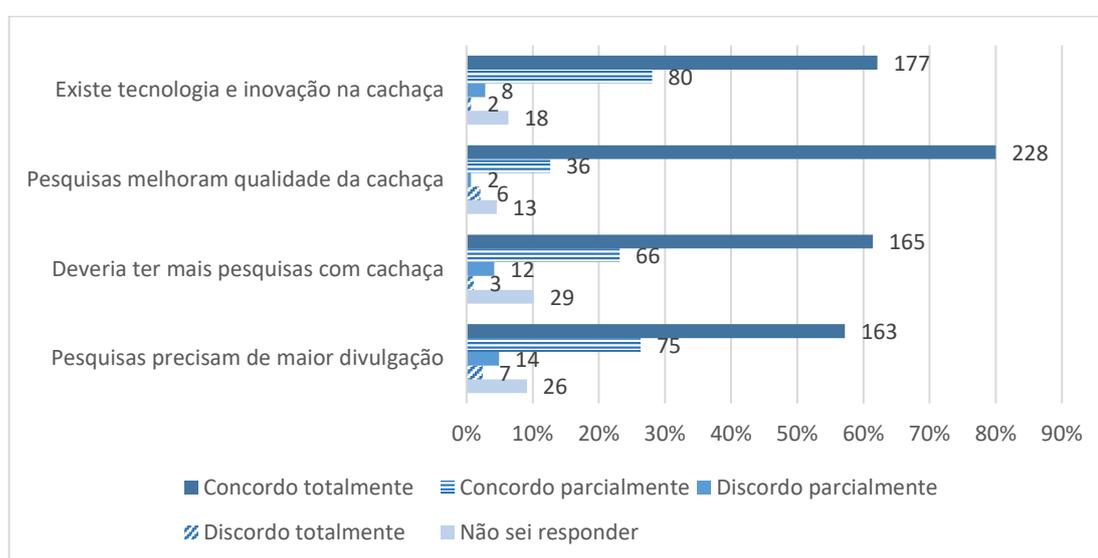
Por exemplo, no questionário aplicado, 92,5% dos entrevistados concorda totalmente ou parcialmente que pesquisas científicas e tecnológicas melhoram a qualidade da cachaça (264 pessoas). A percepção da presença de C,T&I nos processos produtivos também é alta. Os dados apontam que 90% dos 285 respondentes associam a existência de tecnologia e inovação na produção da cachaça (257 pessoas). Além disso, 85% é favorável que mais pesquisas científicas voltadas para a cachaça sejam realizadas (241 pessoas) e 83,5% concorda totalmente ou parcialmente que os resultados encontrados nos estudos precisam de maior divulgação (238 pessoas), conforme Gráfico 15.

Na comparação com os dados por categoria, comerciantes e produtores são os mais pessimistas e tendem a discordar mais das afirmações de que pesquisas de C&T melhoram a qualidade da cachaça e de que deveria ter mais pesquisas com cachaça (11% e 7%, respectivamente em ambas questões). O investimento inicialmente alto, a dificuldade de acesso e o custo de modernizações e mudanças no sistema produtivo associados a pesquisas científicas podem ser entraves que motivam esse recorte de

opinião. Paralelamente, os consumidores foram os que mais indicaram não saber responder a essas afirmações (6% e 12% respectivamente).

Os respondentes NDA foram os que sentiram maior falta de divulgações de conteúdos científicos sobre cachaça (94,7%), superando inclusive os especialistas (90,47%). Essa categoria, foi a mais pessimista em afirmações sobre o prestígio da cachaça, como “A qualidade da cachaça tem melhorado” e “A cachaça não deixa a desejar comparada a destilados importados” (ver gráficos 10 e 11) e é, como veremos a frente, uma das que mantém os artigos científicos entre as quatro principais fontes de informação sobre cachaça (ver eixo 5). É importante lembrar que o perfil dos entrevistados desta pesquisa apresenta um nível escolar alto (87,4% com graduação e 53% com pós-graduação), o que, justifica em parte a alta adesão a conteúdos acadêmicos e especializados.

Gráfico 15 – Opinião sobre CT&I em cachaça (v. positiva) – Brasil/2022

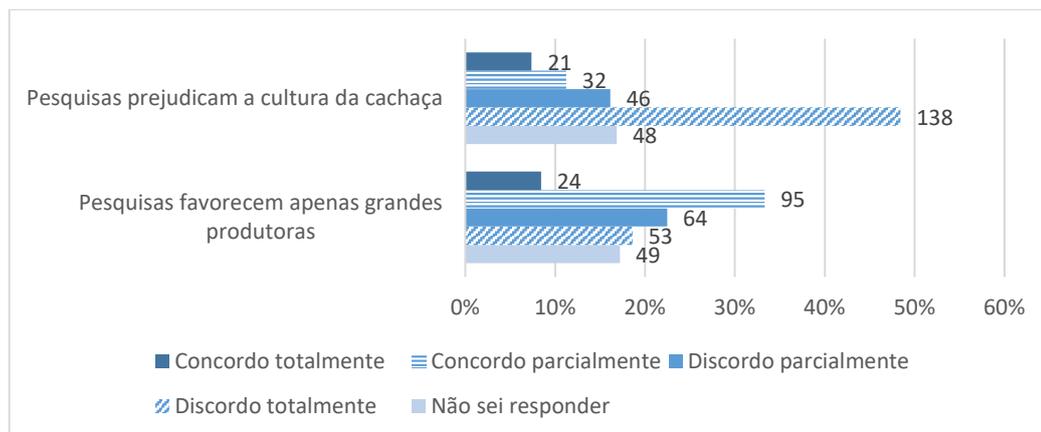


Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022)

Apesar de declarar interesse por informações científicas e carência de maior divulgação desses conteúdos, parte das pessoas que concorda com a afirmação de que as pesquisas melhoram a qualidade da cachaça, também demonstra uma preocupação com os efeitos que esses estudos desenvolvidos a partir de conhecimento científico e tecnológico possam produzir na cultura da cachaça. Quase um quinto dos entrevistados (18,6% ou 53 pessoas) acredita totalmente ou parcialmente que as pesquisas científicas e tecnológicas com cachaça podem prejudicar essa tradição centenária.

Cabe destacar que não houve nenhum ponto de neutralidade dos respondentes a estas questões e outros 16,8% disseram não saber responder se as pesquisas de base científica e tecnológica com cachaça trazem ou não impacto cultural negativo. A imagem de uma ciência inacessível e direcionada aos interesses de poucos empresários também apareceu nas respostas. Uma parcela alta dos entrevistados (41,8% ou 119 respostas) acredita parcialmente ou totalmente que as pesquisas científicas e tecnológicas com cachaça favorecem apenas grandes empresas produtoras de cachaça, conforme Gráfico 16.

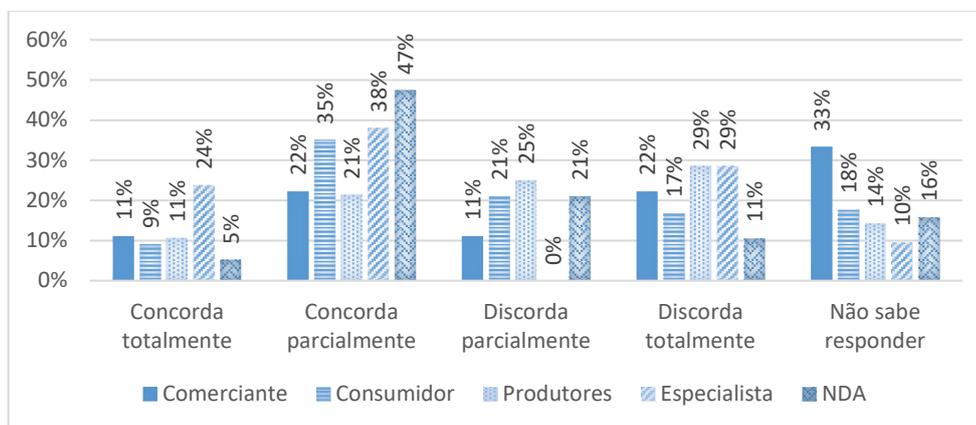
Gráfico 16 – Opinião sobre CT&I em cachaça (v. negativa) – Brasil/2022



Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

Quando olhamos individualmente a frequência da opinião por categoria sobre a frase “As pesquisas científicas e tecnológicas desenvolvidas com cachaça favorecem apenas grandes empresas produtoras de cachaça”, verificamos uma grande variação entre as categorias, algo não identificado nas outras perguntas. O tema dividiu opiniões. Não houve nenhuma resposta neutra e ressalta-se um alto índice de pessoas que escolheram a opção “não sei responder”, com variação de 9,5% entre especialistas a 33% entre os comerciantes. Especialistas e produtores foram os que mais discordaram totalmente da afirmação.

Gráfico 17 – Opinião sobre pesquisas favorecerem apenas grandes produtoras de cachaça, por categoria – Brasil/2022



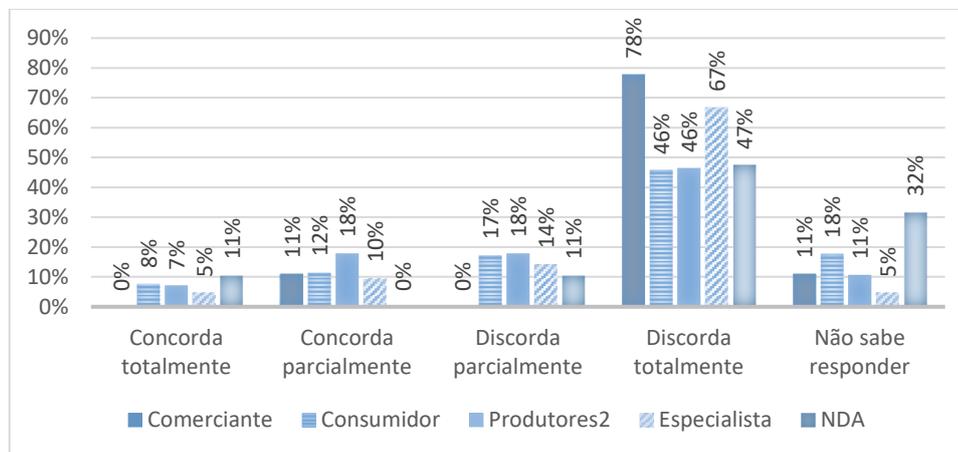
Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

Já a frequência da opinião sobre a frase “As pesquisas científicas e tecnológicas desenvolvidas com cachaça prejudicam a preservação da cultura centenária da cachaça” mostra uma rejeição total à afirmação que é maior entre comerciantes e especialistas, enquanto a percepção de risco das pesquisas em C&T para a cachaça é maior entre os produtores e pessoas que não se identificam nas categorias.

Era de se esperar que os produtores apresentassem maior resistência e pessimismo a mudanças, uma vez que avanços e inovações que impactam na regulamentação da cachaça podem trazer elevação

de custos das destilarias e alambiques e necessidade de adequações. Também não houve ponto de neutralidade nas respostas. Entre os consumidores e respondentes NDA, 17,7% e 31,5% respectivamente autodeclararam não saber responder a essa questão.

Gráfico 18 – Opinião sobre pesquisa prejudicar a preservação da cultura da cachaça, por categoria – Brasil/2022



Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022)

5.3.6. Indicadores de qualidade e sua importância (Eixo 4)

Para mensurarmos a importância percebida dos diferentes signos distintivos para a cachaça foram apresentados 13 atributos de qualidade disponíveis na literatura sobre cachaça e perguntado qual o grau de relevância deles para os entrevistados. O método de armazenamento, a madeira usada nesse armazenamento e o método de destilação (compreendendo as diferenças entre método intermitente dos alambiques e contínuo das colunas de destilação) são considerados os mais importantes para os apreciadores de cachaça. Associando as respostas muito relevante e relevante, temos um resultado acima de 90%, conforme detalhado a seguir. Método de armazenamento (95,8%, com 273 respostas), madeira usada (92,3%, com 263 respostas) e método de destilação (91,2%, com 260 respostas).

Na sequência, com aprovação superior a 80% dos entrevistados, aparecem: Método de fermentação (87,4%, com 249 respostas), selos de procedência e tipo de mistura (84,6%, com 241 respostas, em ambos), e certificação de boas práticas (80,7%, com 230 respostas). Os indicadores Manejo do canavial e Manejo da cana pós-colheita também são considerados altamente importantes como indicadores de qualidade e alcançaram 77,5% e 75,8% da aprovação, com 221 e 216 respostas respectivamente. O tipo de cana e a graduação alcoólica aparecem depois, com 75,4% e 75,1% de importância na escala positiva de relevância, com 215 e 214 respostas (Gráfico 19).

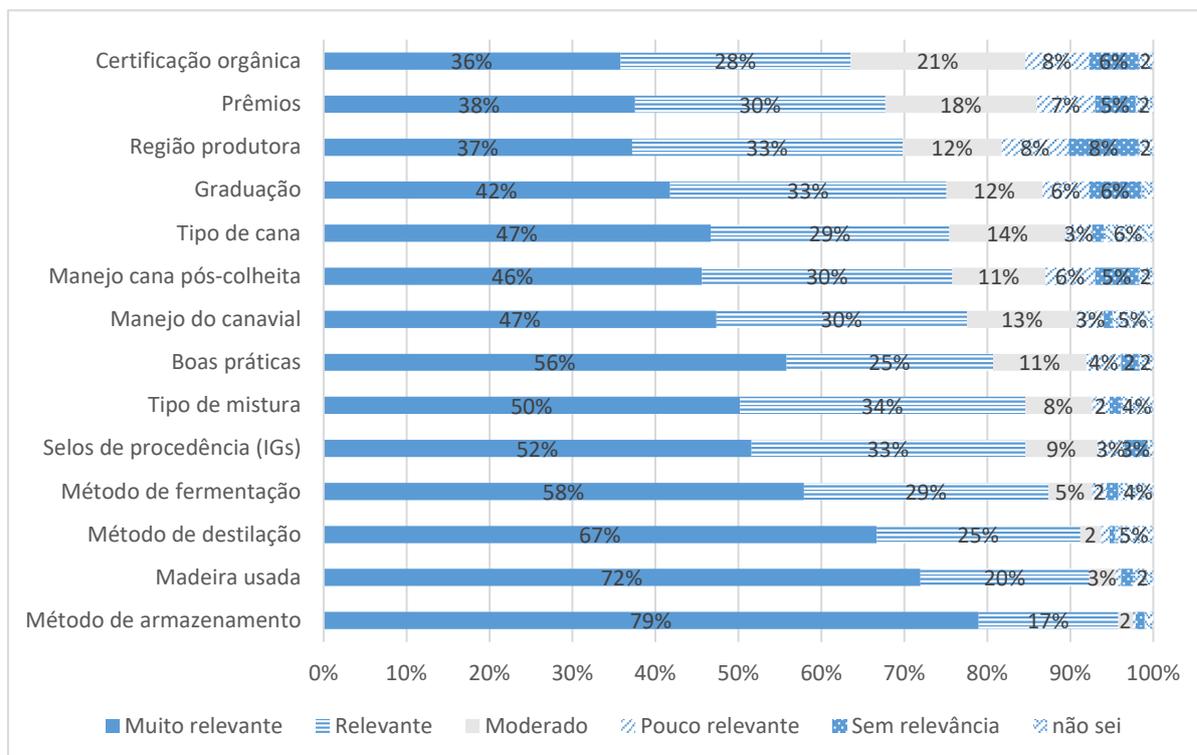
Veremos que a declaração de importância do indicador não está necessariamente ligada à percepção do que as pessoas buscam ou gostariam que tivessem como informações nos rótulos de cachaça. Prova disso é mostrada pelo cruzamento das perguntas sobre a importância dos indicadores de qualidade e quais deles deveriam ser destacados nos rótulos da bebida (Gráfico 21). Essa diferença

permite analisar e constatar que, apesar de importantes, os elementos textuais e gráficos das garrafas não são a única fonte de informação, mas figura entre as mais importantes fontes que são buscadas pelos apreciadores de cachaça na hora da escolha e, portanto, elemento de avaliação da qualidade.

Interessante observar que a região produtora, é destacada entre as três mais importantes para constar nos rótulos (Gráfico 21), contudo, no grau de importância medido aqui, obteve apenas 69,8% de aprovação (199 respostas), com a maior taxa de opiniões negativas (baixa ou nenhuma relevância: 16,5%, com 47 respostas). É preciso lembrar que esta é uma informação obrigatória dos rótulos e essa variação indica a consolidação de uma prática institucionalizada, mas também permite analisar que indicadores de qualidade associados à regionalidade possuem um grau de aceitação superior, quando estes se apresentam na forma de selo de procedência (IG).

A pergunta ainda permitiu construir um índice de percepção que mostra indicadores, como os prêmios e a certificação orgânica, como de menor grau de importância na função de indicadores de qualidade da cachaça. A percepção de relevância registra uma queda considerável, ainda assim se mantém alta, acima dos 60%, demonstrando uma desconfiança maior na relação das premiações de excelência enquanto instrumentos de divulgação de um modelo de produção capaz de garantir a qualidade das cachaças.

Gráfico 19 – Distribuição dos entrevistados sobre a importância conferida aos indicadores de qualidade – Brasil/2022



Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

Chama a atenção o fato de especialistas e produtores terem as maiores percepções negativas, uma vez que são importantes atores envolvidos nessas competições, seja inscrevendo ou avaliando as

cachaças. Estes dois indicadores (prêmios e certificação orgânica) também são os que geraram maior moderação nas respostas, com 18% e 21% dos entrevistados não conferindo nem muita nem pouca relevância a eles.

Quanto à certificação orgânica, embora a agricultura orgânica seja apresentada como tendência mundial, a moderação é alta e uma parte considerável de apreciadores não conferem relevância a esse selo. Muito embora, mais a frente, vejamos que 84% considera que esse tipo de selo deva estar presente nas garrafas de cachaça.

Os comerciantes de cachaça, por sua vez, não colocam em dúvida a importância das metodologias de destilação e de fermentação, mas têm a maior chance de reduzir a notoriedade do método de armazenamento (11%), que se traduz em moderação quando o indicador é o tipo de madeira usada. Isso mostra que a madeira é um indicador de qualidade mais consolidado na comparação com a forma e o tempo de envelhecimento empregados no processo produtivo da cachaça.

Os especialistas são mais moderados quando se fala em tipo de cana (33%), manejo do canavial e manejo pós-colheita (24% e 14%, respectivamente) e método de fermentação (10%), e mais negativos quanto à graduação alcoólica (24%), a certificação orgânica (22%) e a indicação de procedência (19%). Os consumidores dão alto crédito ao tipo de cana-de-açúcar (78%) e são os que mais têm chance de observar a graduação alcoólica (77%) e a região produtora (73%) como indicadores de qualidade de uma cachaça.

As chances de produtores reduzirem a importância da região produtora como um indicador de qualidade é a mais alta. Essa categoria tem a percepção mais polarizada: 50% acredita que saber a origem da cachaça é relevante ou muito relevante como indicativo de qualidade, enquanto outros 43% considera como de pouca relevância ou sem relevância. Os produtores também são os mais moderados quando o assunto são *blends* (14%) - embora as misturas para fins de padronização sejam uma prática antiga, a percepção de qualidade desse indicador gera dúvidas – e são os que mais desconsideram a certificação de boas práticas (18%). Como vimos, as certificações possuem um custo para o produtor, no entanto, era de se esperar que eles tivessem o maior interesse em demonstrar padrão produtivo.

5.3.7. Mensagem na garrafa: A percepção sobre os indicadores de qualidade nos rótulos de cachaça (Eixo 4)

O rótulo das cachaças são o segundo principal meio pelo qual os interessados em cachaça se informam sobre a bebida (como veremos mais detalhadamente adiante, na seção sobre interesse e hábitos de informação sobre cachaça). Sabemos que é exigido um conjunto de informações mínimas nos rótulos de cachaça, que permitam a identificação, atribuições, comparações e responsabilidade pelo produto. Para colher a opinião sobre a efetividade da comunicação percebida por quem lê e consome

essas mensagens de embalagem, associada aos indicadores de qualidade da cachaça, foram feitas três afirmações:

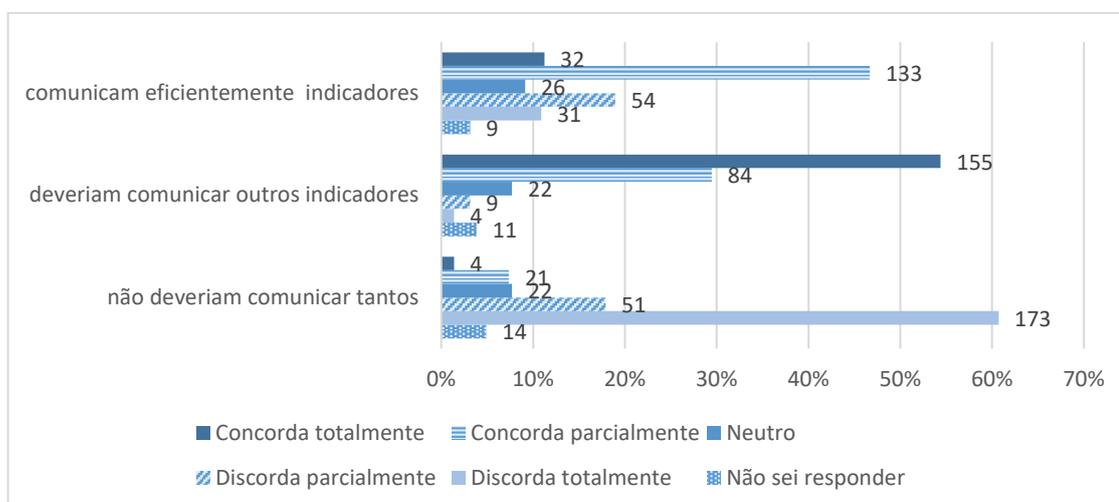
- I. Os rótulos de cachaça comunicam de forma eficiente os importantes indicadores de qualidade;
- II. Os rótulos de cachaça deveriam comunicar outros indicadores de qualidade; e
- III. Os rótulos de cachaça não deveriam comunicar tantos indicadores de qualidade.

O resultado indica que os rótulos possuem uma quantidade de indicadores de qualidade satisfatória, embora a eficiência das mensagens seja questionada por uma parcela considerável de pessoas. De maneira geral, os apreciadores de cachaça sentem falta de outras informações que auxiliem na identificação da qualidade de uma cachaça pela embalagem.

Entre os entrevistados, 57,9% concorda que os rótulos comunicam eficientemente os importantes indicadores de qualidade da cachaça, no entanto, 29,8% questiona a eficiência dessa comunicação. Na afirmação “Os rótulos de cachaça deveriam comunicar outros indicadores de qualidade, além do que já fazem”, 83,9% concorda parcial ou totalmente, sendo que apenas 8,8% sente que há um excesso de dados nas embalagens, conforme Gráfico 20.

Os produtores e especialistas tendem a questionar mais a eficiência da comunicação dos rótulos. Os consumidores são que mais sentem falta de indicadores de qualidade nos rótulos. Contudo os comerciantes têm mais chance de discordar da necessidade de comunicação de novos indicadores nos rótulos. Importante destacar que a pesquisa foi aplicada antes das alterações no PIQ da Cachaça, trazidas pela Portaria 539/2022, que modificaram a forma de classificação e denominação da cachaça nos rótulos. De forma que o impacto das mudanças que estão em curso ainda é desconhecido.

Gráfico 20 – Opinião sobre rótulos de cachaça e os indicadores de qualidade que comunicam – Brasil/2022.



Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

5.3.8. Mensagem na garrafa: O que deveria ter nos rótulos de cachaça?

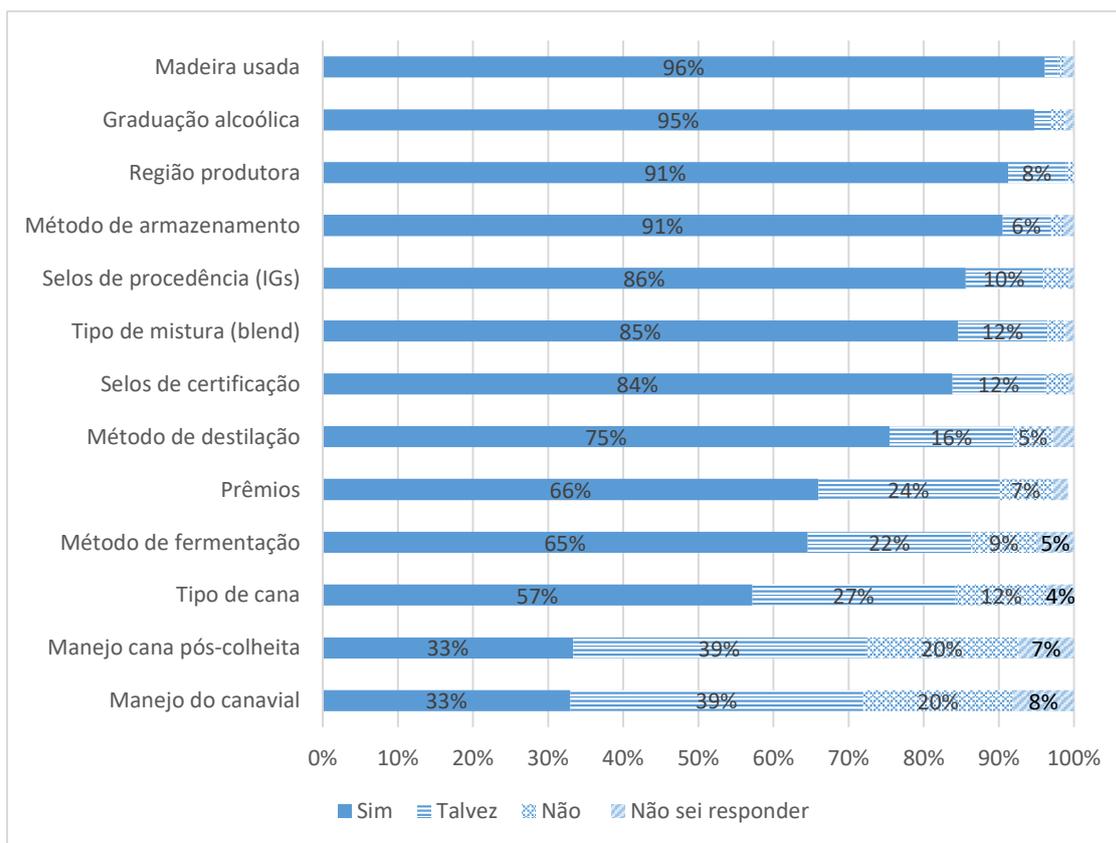
Os indicadores de qualidade considerados de maior importância para os apreciadores de cachaça não são, entretanto, os mais cotados e aqueles que as pessoas esperam ver nos rótulos das bebidas. Entre os quatro indicadores considerados mais relevantes para referenciar a qualidade de uma cachaça, apenas dois mantiveram percentual semelhante de aceitação para inclusão nos rótulos. Ambos relacionados com a maturação das cachaças. Mais de 90% dos entrevistados consideram que a madeira utilizada no processo de envelhecimento e o método aplicado no processo devem aparecer nas garrafas. A região produtora e a graduação alcoólica, entretanto, que tinham percentual de relevância na casa dos 70%, atingiram mais de 90% na expectativa dos rótulos.

Outro exemplo são os métodos de destilação e de fermentação. Embora essas técnicas produtivas sejam vistas como de grande importância para medir a qualidade de uma cachaça, com 91% e 87% de relevância respectivamente (Gráfico 19), tendem a perder a preferência e gerar mais dúvidas nas pessoas quando cogitadas para ocupar os rótulos. Um percentual menor de 75% e 65% das pessoas dizem que métodos de destilação e fermentação deveriam ser divulgados nas garrafas (Gráfico 21) e há um descompasso entre quem trabalha com cachaça e quem consome cachaça.

Podemos citar alguns fatores que explicam essas variações. O primeiro refere-se a uma cultura instituída sobre o que deve constar como informação nas garrafas. A teoria das mediações, ao analisar as práticas sociais, propõe que o processo comunicativo se dá por mediações da institucionalidade, da tecnicidade, da socialidade e da ritualidade (BARBERO, 2009). A repetição institucionalizada de incluir região produtora e graduação alcoólica nos rótulos explica porque as pessoas têm expectativa de encontrar esses indicadores nas garrafas e consideram em menor proporção a inclusão de métodos de destilação e de fermentação, uma vez que não fazem parte das relações cotidianas.

Interesses e poderes contrapostos também esclarecem porque o método de destilação da cachaça, um dos pontos alterados pelo novo Marco Legal da cachaça, é mais propenso à discordância de produtores e comerciantes. Ora, se a exigência muda o padrão de identificação da cachaça, é compreensível que aqueles mais afetados no ritual de rotular também sejam os mais resistentes e críticos à mudança. O segundo fator, diz respeito a um acesso mais democrático a diferentes meios de comunicação, o que facilita a aquisição de informações sobre cachaça, deixando o rótulo como um item assessorio nesse processo.

Gráfico 21 – Indicadores de qualidade que deveriam constar nos rótulos de cachaça. Brasil/2022



Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

Com o indicador tipo de cana, a queda também foi acentuada, enquanto 75% das pessoas consideram-no como um parâmetro de relevância (Gráfico 19), 27% não têm certeza se ele deveria constar nos rótulos e 12% rejeitam isso. A indiferença e a negação estão entre as três maiores, como pode ser visto no Gráfico 21. Produtores e especialistas são os que mais rejeitam que o tipo de cana seja indicado no rótulo, contudo, os consumidores são os que mais se mostram interessados na inclusão, mostrando o que se percebe no senso comum: que este indicador não está completamente elucidado e reflete disputas que estão em debate no setor, como a questão do *terroir* da cachaça.

É interessante também notar que as premiações recebidas nacional e internacionalmente são o quarto indicador que mais gera incertezas sobre a relevância de sua presença ostensiva nos rótulos, sendo considerado necessário por 66% das pessoas, mas duvidosos para outros 24% (Gráfico 21). Os consumidores são os que mais hesitam e os comerciantes aqueles que mais tendem a discordar da presença de premiações nos rótulos (22%). Cenários de promoção da cachaça ainda são novidade e a repetição dessas distinções pode assentar rituais, ampliando espaço para esse tipo de selo como expressões indicadoras de qualidade.

Por fim, o manejo da cana pós-colheita e o manejo do canavial foram os indicadores de qualidade mais rejeitados para estarem nos rótulos. Também os que mais geraram dúvidas. Apesar de

sua importância como indicador de qualidade ser reconhecida por mais de 70% das pessoas (Gráfico 19), o acesso a esse tipo de informação não passa, necessariamente, pelos rótulos, e sua comunicação pode estar ancorada em outros meios.

5.3.9. Percepção de publicações em listas, guias e rankings de cachaça (Eixo 4)

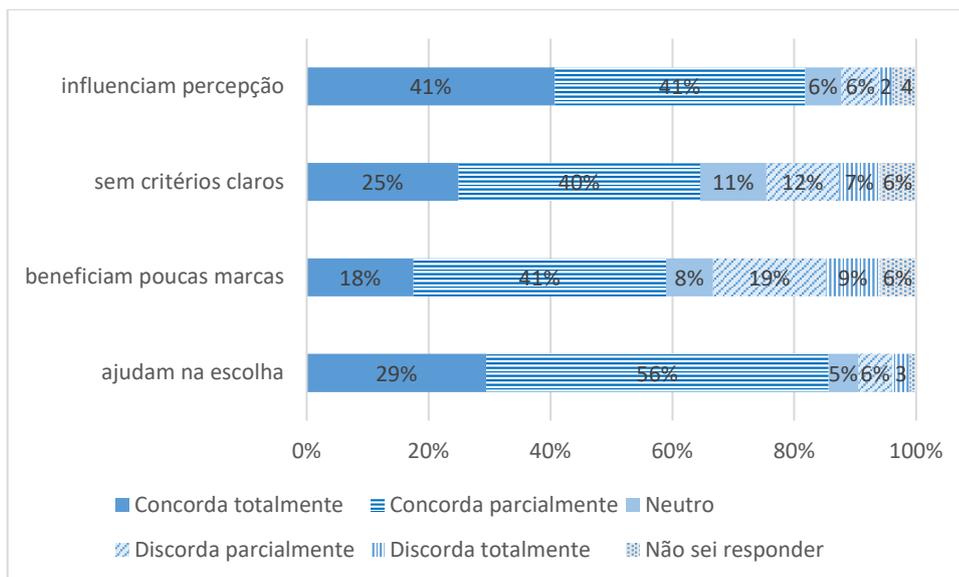
Assim como em outras dimensões do questionário, nesta, buscou-se aproximar da opinião dos apreciadores da cachaça sobre as listagens e rankings de cachaça, de forma a levantar a percepção, o conhecimento, as atitudes e a confiança nesses indicadores de qualidade. As listas e rankings, normalmente estão associados a selos de premiações.

Foi possível observar que mais de 80% das pessoas acreditam que as listas, guias e rankings ajudam a saber quais são as melhores cachaças (85,6%, com 244 respostas). Para outros 81,8% (233 respostas), essas informações divulgadas, têm o poder de influenciar a percepção, seja positiva ou negativa, que se têm da cachaça. No entanto, 64,6% (184 respostas) concordam que tais publicações não apresentam claramente os critérios de seleção das cachaças e para 58,9% dos entrevistados só beneficiam poucas marcas e produtores de cachaça (168 respostas).

Os consumidores e os especialistas são os mais propensos a reconhecerem que “A publicação de listas, guias ou rankings de cachaça ajuda as pessoas a saberem quais são as melhores cachaças”. Inversamente, os comerciantes são mais negativos quanto à afirmação (33% discorda) e os produtores possuem as opiniões mais variadas, sendo que 14% não concorda nem discorda. Mas quando se trata da influência desses mecanismos, um número maior de produtores é propenso a acreditar que as listas, guias e rankings alteram a percepção, seja positiva ou negativa, que as pessoas têm da cachaça. Além disso, é mais provável encontrar um especialista ou consumidor que discorde dessa afirmação do que um comerciante, por exemplo.

Os especialistas também discordam mais consistentemente da possibilidade de favorecimento de algumas marcas em relação a outras, mas concordam, em grande parte, que os critérios de seleção das cachaças em listas, guias e rankings precisam de maior clareza. O beneficiamento a algumas marcas é visto de forma mais neutra pelos produtores, os comerciantes são mais os mais polarizados e os consumidores aqueles que possuem as opiniões mais variadas sobre a questão. Outro ponto significativo do questionário será abordado a seguir, apresentando as plataformas de informação mais lembradas pelos apreciadores de cachaça.

Gráfico 22 – Percepção sobre publicações em listas, guias e rankings de cachaça – Brasil/ 2022



Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

5.3.10. Interesse e hábitos de informação sobre cachaça (Eixo 5)

Mensurar o prestígio e conhecer a opinião dos apreciadores de cachaça não será suficiente para auxiliar estratégias de comunicação e divulgação da cultura da cachaça, se não conhecermos as fontes de informação mais acessadas por esse público. Os resultados encontrados nesta pesquisa oferecem uma ideia de por onde as pessoas têm se informado sobre cachaça e quais canais digitais possuem maior potencial de crescimento.

O principal meio utilizado para acessar informações relacionadas a cachaça autodeclarado advém, principalmente, de sites especializados. Conteúdos de páginas da internet dedicadas a divulgação da cachaça possuem duas vezes mais chances de serem acessados do que notícias em veículos jornalísticos, publicações em redes sociais e mesmo em sites institucionais que falem do destilado. As plataformas de envio de mensagens WhatsApp e de reprodução de vídeos YouTube, e o formato de conteúdo em Podcast foram os menos citados.

A imagem representada abaixo mostra visualmente o peso de cada um desses meios. Quanto maior e mais escura a palavra, maior a frequência de citação.

Tabela 11 – Representação visual das respostas à pergunta "Onde busca informações sobre cachaça?" - Brasil/2022



Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

Das 285 pessoas que participaram da pesquisa, 231 disseram se informar por páginas na internet que apresentam conteúdo especializado sobre cachaça (81% dos entrevistados), um alto índice que está diretamente relacionado ao meio pelo qual o universo dessa pesquisa teve acesso ao questionário. A porcentagem dos entrevistados que declararam ler os rótulos das cachaças como forma de se informar, aparece em segundo lugar: 158 das pessoas (55,4% dos entrevistados), disseram buscar informações nas etiquetas afixadas nas garrafas de cachaça. As notícias jornalísticas estão em terceiro lugar e são fontes de informação para 101 pessoas (35,4% dos entrevistados). Na sequência, rede sociais e sites institucionais acumulam o mesmo número de citações, sendo utilizados por 100 dos 285 participantes (35% dos entrevistados).

Os artigos científicos aparecem na quinta posição, com 94 indicações ou 32,9% da preferência dos entrevistados, seguido do mensageiro instantâneo WhatsApp, com 85 indicações (29,8%) e do canal de vídeos YouTube, com 83 (29,1%). No entanto, quando se trata de difusão de informações sobre cachaça via plataformas de Podcast, o que se observa é uma baixa adesão. De forma geral, o Podcast tem a procura mais baixa – somente 14 pessoas ou 4,9% dos respondentes indicaram usar a plataforma para se informar sobre cachaça –, não tendo grande alcance. A produção de conteúdo sobre cachaça nessa plataforma também é baixa, na comparação com outros meios de divulgação. Se comparado com as taxas crescentes de produção e consumo de informações nesse formato, no Brasil (APOD, 2021),

percebemos que o formato, apesar da baixa procura, apresenta um alto potencial de expansão. Um número mais baixo de sete pessoas ou 2,4% indicaram não ter interesse na busca por informações sobre cachaça e estão associados a percepção mais negativas da cachaça em outras questões do formulário.

Tabela 12 – Busca geral de informações sobre cachaça – Brasil/2022

Canais	Frequência respostas	% respostas/total respondentes
Sites Esp.	231	81%
Rótulos	158	55%
Notícias	101	35%
Redes sociais	100	35%
Sites Inst.	100	35%
Artigos Cient.	94	33%
WhatsApp	85	30%
YouTube	83	29%
Podcast	14	5%
Não se informa	7	2%
Outros	67	23%
Total respostas	973	
Total respondentes	285	

Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

Entendendo que cada respondente pode acumular maneiras diferentes de se informar sobre cachaça, não foram impostos limites de escolha entre as opções. Dessa forma, a soma total das porcentagens não será igual a 100%. Quando olhamos individualmente para cada categoria, destaca-se que, na média, cada consumidor escolheu 3,2 opções de meios de comunicação para se informar sobre cachaça.

Era de se esperar que entre os produtores a busca de informações em rótulos de cachaça fosse menor, uma vez que são eles que informam os dados transcritos nas embalagens. Para produtores, além dos rótulos, sites especializados e notícias perdem relevância, enquanto redes sociais, sites institucionais, artigos científicos e rede de mensageria (WhatsApp) têm aumento na procura. A busca por informações em artigos científicos próxima de sites institucionais demonstra um perfil de interesse e acompanhamento das informações oficiais, que impactam a indústria cachaceira e avanços que possam ser aplicados para promover inovações no setor.

Os especialistas foram, dentre as categorias desta pesquisa, aqueles que mais apresentaram variedade na escolha de canais de comunicação para se informar, indicando, em média, cinco veículos por pessoa. Dessa forma, vemos um maior equilíbrio no relacionamento entre os diferentes tipos de ferramentas de comunicação, com especial aumento para o uso das redes sociais – um canal frequentemente usado por esses profissionais para promover o trabalho desenvolvido –, bem como sites institucionais, artigos científicos, WhatsApp, YouTube e Podcast. Vale ressaltar que os especialistas também são os que mais se informam sobre cachaça por programas de áudio por streaming, acompanhando o que é produzido e indicando potencial de crescimento.

Entre os comerciantes, a importância dos sites institucionais ultrapassa a busca de informações por sites especializados. O nível de interesse é também associado à atividade fim dessas pessoas: Rótulos e redes sociais ganham maior destaque como meios de pesquisa por dados sobre cachaça. Artigos científicos, WhatsApp e YouTube se igualam a notícias, que, por sua vez, registra uma leve queda na comparação com a amostra geral. Por fim, entre as pessoas que não se identificaram em nenhuma categoria pré-estabelecida, percebe-se uma preferência por sites especializados, sites institucionais, artigos científicos e YouTube, sendo que essas três últimas bases de informações apresentam porcentagem superior na comparação com a amostra geral, não segmentada.

Outras fontes de informação citadas de forma livre pelos entrevistados, incluem os produtores e os amigos como referências bastante lembradas. Da citação mais frequente para a menos frequente, temos: Produtores (19); Amigos (18); Indicações de apreciadores (11); Lojas, distribuidores e revendedores (10); Livros, revistas e jornais (6); Google e Mercado Livre (3); Cursos e degustações técnicas (3); Confrarias de cachaça (3); Eventos (3); Propagandas de cachaça (2); Bares especializados (2); Experimentando (2); Universidades (2); Além disso, *Influencers*, colecionadores e projetos turísticos também foram lembrados por ao menos uma pessoa. O nome da Universidade Federal de Viçosa (MG), da ANPAQ, Mapa da Cachaça e da Cachaçaria Nacional, loja online de cachaças, foram citados especificamente.

Ao perguntar se a pessoa lembrava do nome específico de algum veículo de comunicação ou pessoa que promove a divulgação da cachaça, 55% dos entrevistados citaram ao menos um nome e outros 16,5% disseram se lembrar, porém, não indicaram qual. Os sites Mapa da Cachaça e Devotos da Cachaça foram os mais citados, com 94 e 27 menções respectivamente. Seguidos da série documental *Bendita Marvada* criada e produzida para a televisão brasileira (10).

Associações como a Confraria do Copo Furado (7) e a Cúpula da Cachaça (6) tiveram menções semelhantes à da já citada Cachaçaria Nacional (7). Na sequência, apareceu o Movimento Viva Cachaça (5), fundado em 2017 pelo sommelier de cachaça e pesquisador, Bruno Videira (1), que também teve o nome lembrado isoladamente. Outra pesquisadora da cachaça, a professora Aline Bortoletto (4) recebeu número de menções semelhante ao da ANPAQ (4) e do jornal O Estado de São Paulo (4), que mantém o blog O Cachacier (3), escrito pelo sommelier, Maurício Maia, também citados (3).

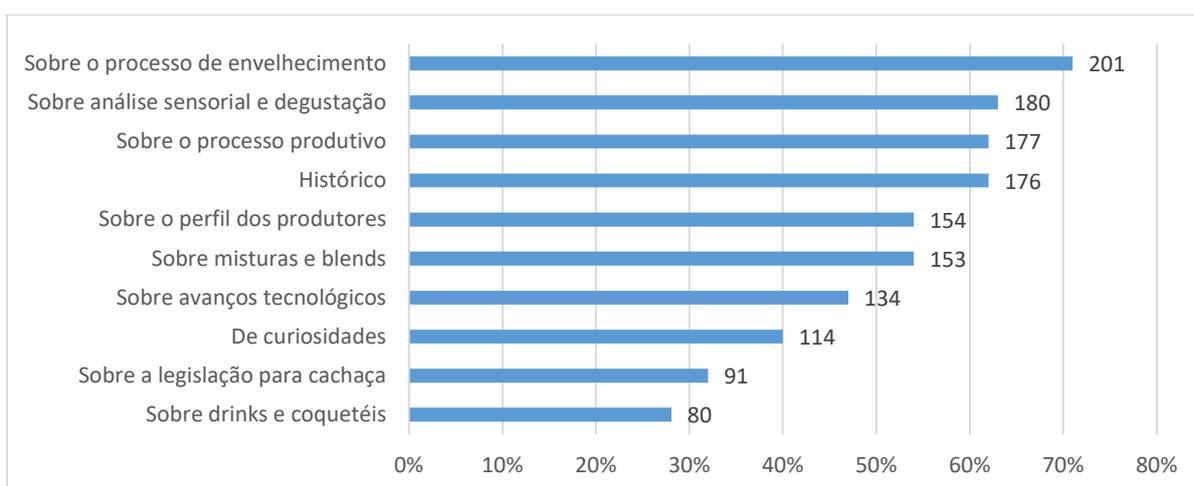
A publicação Cachaça em Revista (3) e nomes como o de Felipe Jannuzi (3), ligado ao Mapa da Cachaça, e do escritor e apresentador de podcast do Canal da Cachaça, Jairo Martins (3), apareceram na mesma proporção de programas associativos de compras coletivas de cachaça, Clube da Cachaça (3). Outros pesquisadores, escritores, apresentadores e influenciadores de cachaça, principalmente do Instagram, bem como consultores em cachaça, também foram lembrados, assim como o nome de duas marcas produtoras do interior de São Paulo (das cidades de Araras e de Pirassununga), do Museu da

Cachaça de Lagoa do Carro em Pernambuco, de restaurantes que trabalham com a temática da cachaça, empresas que promovem assessoria a produtores e de uma empresa produtora de alambiques.

5.3.11. Conteúdo desejado (Eixo 5)

De modo geral, a pesquisa mostra que os apreciadores de cachaça gostam de estar bem informados sobre todos os assuntos pré-indicados no questionário. E dependendo da categoria um ou outro tema se destaca. O processo de envelhecimento da cachaça é o mais desejado, sendo citado por 201 dos 285 entrevistados (71%). São notícias sobre as madeiras brasileiras aplicada e técnicas de envelhecimento. A análise sensorial e formas de degustação, aparecem em segundo lugar com 63% de citações, escolhidas por 180 dos 285 entrevistados. Na outra ponta da lista, as informações menos procuradas são sobre a legislação para a cachaça, curiosidades sobre a cachaça e receita de drinks e coquetéis. Esse tipo de assunto são os que têm a menor chance se chamar a atenção do público em todos os estratos analisados.

Gráfico 23 – Conteúdo de cachaça desejado pelos entrevistados - Brasil/ 2022



Fonte: Pesquisa Percepção da Cachaça no Brasil (2022).

A cada quatro consumidores de cachaça, três vão querer saber sobre envelhecimento e 2,6 sobre elementos históricos da cachaça. A cada quatro especialistas, três vão buscar se informar sobre avanços tecnológicos e análise sensorial e degustação. A cada quatro comerciantes, 3,5 irão procurar informações sobre análise sensorial e três sobre processos de envelhecimento e produtivo, misturas e *blends* e perfil de produtores. E a cada quatro produtores, 2,7 vão procurar saber sobre processos produtivos e avanços tecnológicos e 2,4 sobre processo de envelhecimento.

Assim como na seção anterior, cada respondente poderia escolher mais de um assunto de interesse, sendo que os comerciantes são os que mais buscam assuntos diversificados sobre cachaça, tendo demonstrado interesse, na média, em sete dos dez temas destacados, seguido pelos especialistas.

5.4. Considerações finais

A cachaça possui uma imagem positiva, de elevado prestígio e valor, entre os brasileiros entrevistados nesta pesquisa, demonstrando uma cristalização da percepção que vem sendo construída e legitimada socialmente para o destilado brasileiro ao longo, principalmente, dos últimos cem anos. A cachaça é percebida e defendida como bebida tradicional e símbolo representativo do Brasil por mais de 90% das pessoas que possuem alguma aproximação com o destilado. Contudo, a imagem da cachaça como bebida barata e de qualidade duvidosa ainda está presente no imaginário social, mas com um impacto muito inferior, sendo considerada como motivo de afastamento das pessoas em 26% dos casos. Ainda assim, distorções de imagem sobre a qualidade da cachaça são consideradas como entrave para a bebida entre 88% das pessoas.

A falta de informação e de comunicação são os principais problemas apontados para o destilado nacional. A percepção de falhas comunicacionais é ainda mais consistente em quem trabalha no mercado da cachaça. A dificuldade de identificação e diferenciação dos indicadores de qualidade da cachaça, na hora da compra, é considerada por 82% dos entrevistados como um dos motivos que prejudicam o produto; e 85% dos apreciadores concordam que a aceitação do destilado brasileiro seria diferente se as pessoas entendessem melhor sobre os processos que conferem qualidade a cachaça.

A propagação de informações que permitam uma formação de cidadãos mais críticos e com opiniões embasadas embarra, entretanto, na compreensão do principal instrumento que institui os Padrões de Identidade e Qualidade da cachaça (PIQ). Uma parcela considerável de pessoas que consomem ou trabalham com cachaça não soube responder se as mudanças que estavam ainda em proposição, na época da aplicação da pesquisa, trariam mudanças positivas à cachaça.

O novo marco legal, no entanto, está passando por um controverso processo de adaptação pelos produtores. Há indícios de que as mudanças, que não impactaram profundamente na definição do que é cachaça, mas em sua classificação e denominação, permitam análises muito distintas e, por isso, podem não resolver o problema de comunicação da cachaça, gerando dispersão de entendimentos e aprofundando uma cisão do setor.

Por isso, as empresas que trabalham com cachaça e os divulgadores da cachaça precisam pensar em novas formas e estratégias de comunicação para o destilado nacional. Nesse cenário, a crença e o otimismo na ciência se apresentam como muito positivas. Como vimos, pesquisas recentes mostram que a confiança dos brasileiros na ciência é uma das mais altas do mundo e percebemos, por essa pesquisa, que isso também ocorre quando falamos de cachaça.

As pessoas já associam a produção de cachaça à tecnologia e inovação. Concordam em sua maioria que as pesquisas científicas e tecnológicas melhoram a qualidade do destilado produzido

no país. Além disso, são favoráveis a mais investimentos em P&D para cachaça e sentem que os resultados encontrados nos estudos precisam de maior divulgação.

Mas assim como ocorre em âmbito geral, a preocupação com os efeitos da CT&I na cultura da cachaça é levada em consideração e levanta questionamento quanto aos prejuízos que podem causar na tradição centenária da cachaça, principalmente a cachaça de alambique, que como exposto nos primeiros capítulos, está na gênese da bebida que identifica o país. Isso porque a imagem da ciência inacessível e que favorece poucos produtores está presente, de forma mais ou menos intensa, para quase 42% dos respondentes e não houve ponto de neutralidade nas respostas a esse item.

Ao analisar a confiança nos selos de qualidade, pudemos perceber que, embora eles melhorem a percepção da qualidade da cachaça, na opinião dos apreciadores, mais da metade das pessoas acreditam que exista um desequilíbrio no acesso, com favorecimento a algumas marcas, sendo ainda favoráveis à integração de vários indicadores de qualidade em um único selo nacional.

Os rótulos são o segundo meio utilizado pelos interessados em cachaça para se informar sobre a bebida. Produtores e especialistas tendem a questionar mais a eficiência de comunicação desses dispositivos. Os consumidores são os que sentem mais falta de indicadores de qualidade nos rótulos. Contudo, os comerciantes são os mais resistentes a necessidade de comunicação de outros indicadores para além dos que já existem. Resultados que confirmam o descompasso comunicacional do setor.

Vimos ainda que os indicadores de qualidade considerados de maior importância para referenciar a excelência de uma cachaça não são, necessariamente, os mais cotados ou aqueles que as pessoas esperam ver nos rótulos das bebidas. Dos 13 indicadores de qualidade apresentados na pesquisa, os dois relacionados à maturação e envelhecimento de cachaça (tipo de madeira e método) são considerados tanto importantes indicadores quanto indispensáveis para o rótulo de uma cachaça, no caso de uma bebida envelhecida.

O mesmo não ocorreu, por exemplo, com métodos de destilação e de fermentação. Embora essas técnicas produtivas sejam vistas como muito importantes para medir a qualidade de uma cachaça, caem na preferência e geram mais dúvidas quando cogitadas para aparecer nos dizeres frontais das garrafas de cachaça. Isso, claro, pode estar associado a diversidade de canais pelos quais os apreciadores de cachaça podem se informar sobre o destilado, bem como a uma prática institucionalizada que promove a repetição de um padrão comunicativo.

Se as mudanças na denominação da cachaça se concretizarem e não houver mais alterações no período de adaptação da nova legislação, o que ainda é incerto diante da insatisfação gerada em parte do setor produtivo, as mudanças nos rótulos poderão trazer novos impactos na comunicação da cachaça, o que pode alterar sua percepção e, claro, ser fruto de novos estudos no futuro.

Outro cenário de mudança, as listas, guias e rankings de cachaça podem estar em franco crescimento, mas na percepção de quem aprecia ou trabalha com cachaça, premiações recebidas ainda ocupam o terceiro lugar de maior desconfiança entre os indicadores de qualidade da cachaça e são o quarto selo com maior rejeição ou que mais gera incertezas sobre sua presença nos rótulos. Especialistas em cachaça e produtores, categorias que normalmente avaliam e inscrevem as bebidas nos concursos, têm as percepções mais negativas quanto a eficiência desse indicador. Consumidores são os mais hesitantes e comerciantes aqueles que mais discordam da presença de premiações nos rótulos.

O crescimento e a constância na produção e realização de rankings, guias e concursos para a cachaça como prática de legitimação da qualidade da bebida, deve com o tempo tornar possível maior expressão de sentido desses indicadores, mas será necessário aumentar a transparência e apresentar melhor os critérios de seleção para garantir a confiança nesses dispositivos. É preciso, também, buscar soluções para integrar e ampliar o acesso dos pequenos produtores e a representatividade regional, a fim de fortalecer o setor, aproximando e expondo sua diversidade, na tentativa de reduzir desigualdades.

De modo geral, consumidores, produtores, especialistas e comerciantes de cachaça gostam de estar bem informados sobre o produto. O principal meio para acessar as informações são os sites especializados e os próprios rótulos. Artigos científicos também são usados por ao menos um terço das pessoas que responderam ao questionário e o nome da Universidade Federal de Viçosa, que trabalha com pesquisas em cachaça, foi lembrado especificamente.

No recorte proposto por esse trabalho, com o acompanhamento das mudanças na normatização da cachaça, é interessante constatar, que a legislação, como informação de relevância baixa na opinião dos apreciadores, só evidencia o afastamento que faz com que decisões como a revisão dos padrões de identidade e qualidade da aguardente de cana e cachaça, publicadas no fim de 2022, não sejam amplamente acompanhadas, discutidas e associadas como agente modificador do campo cultural da cachaça.

Entendendo o apreciador de cachaça enquanto um produtor de sentidos e levando em consideração o alto grau de escolaridade dos entrevistados desta pesquisa, percebemos um distanciamento entre o que o Estado e os interesses institucionais e empresariais dominantes definem para a cachaça e o que as pessoas, sejam consumidores, produtores, comerciantes ou especialistas, entendem como importante para a cachaça.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS: SAIDEIRA

Encerrar um texto é como tomar uma saideira. É aquele momento em que o assunto está fluindo, mas chegou a hora de ir embora. A saideira é o encerramento de um encontro, com uma prorrogação momentânea do fim e um convite para que o assunto possa ser levado adiante, em outras oportunidades. A parte final dessa dissertação é como uma saideira de bar, não conclui, mas precisa interromper o ciclo. Encerro, portanto, na tentativa de costurar os capítulos dessa dissertação e as ideias expostas ao longo do texto degustando cada gole final.

O presente trabalho teve a proposta de analisar, a partir de uma literatura fundante, de uma literatura científica contemporânea e de uma pesquisa quantitativa, de que forma a cachaça é percebida pelos consumidores, produtores, especialistas e comerciantes do produto, com a divulgação científica e cultural como pano de fundo. O desenvolvimento da pesquisa nos permite apontar um grupo de mudanças que vão impactar a história da cachaça: mudanças no arcabouço regulatório, mudanças na dimensão do produto e mudanças na percepção. É da natureza da cachaça provocar agitação. E essa bebida impacta a vida social, econômica e cultural do país há séculos.

A noção de cachaça como o destilado do país surgiu no século XIX, entretanto, a cachaça que bebemos hoje não é a mesma aguardente de cana dos primórdios da indústria açucareira brasileira, seja pela evolução dos processos produtivos, seja pela influência do governo e de interesses de mercado. Reverenciamos uma bebida que foi sendo conscientemente alterada ao longo dos anos para se encaixar em um modelo de consumo de exportação. Não significa que a cachaça, na condição de bebida símbolo do país e do povo brasileiro, não carregue importância histórica e cultural ou deva ser destituída de seu posto. Mas saber que se trata de uma construção simbólica plural, com camadas históricas adicionadas e apagadas, amplia o entendimento sobre as mudanças em curso.

Por isso esse estudo buscou coletar, mesmo que na superfície, elementos que expressam a evolução da definição do objeto cachaça ao longo do tempo, o desenvolvimento contemporâneo da bebida como identidade do povo brasileiro, com o ápice em seu reconhecimento legal por decreto e uma sequência de ações de normatização que foram adotadas, até a mais recente portaria que definiu e alterou alguns padrões da cachaça. Essas ações foram assentadas na ciência, com questões sanitárias e de garantia ao consumidor bem declaradas, mas com a padronização da marca cachaça entre os objetivos.

Vimos que quando uma marca passa a ser conhecida, as pessoas valorizam mais os signos envolvidos na sua construção. Os resultados dessa pesquisa mostram que a cachaça, além de aparentar ser brasileira e de ser protegida como um ativo nacional, também é percebida e reconhecida como tal, ao menos nos estratos analisados. Faz sentido, e chega a ser previsível, que quem se interessa por cachaça reconheça-a como símbolo do país e do povo brasileiro, bem como destaque suas qualidades. Isso, no entanto, não reduz a importância desses resultados que podem fornecer elementos para estudos mais amplos, bem como incluem a percepção da ciência que é feita e aplicada para a cachaça.

De modo geral, a ciência é vista como positiva e necessária para o avanço da qualidade cachaça e da competitividade desse produto no mercado. A maior parte dos entrevistados acredita que deveriam ter mais pesquisas que envolvessem a cachaça. As pessoas também acreditam que a aceitação da bebida seria ainda melhor se os brasileiros entendessem mais sobre as descobertas científicas, os avanços tecnológicos e os estudos que trazem a cachaça como objeto de pesquisa. E para isso, compreendem que esses resultados precisam de maior divulgação. Apesar disso, demonstram uma certa preocupação com os efeitos dessas informações na cultura da cachaça a longo prazo e indicam que a imagem de uma ciência inacessível e direcionada a interesses privados ainda é forte.

A pesquisa também passa pela caracterização dos diferentes signos de qualidade para a cachaça. Este trabalho encontrou ao menos quatro aspectos que contribuem para a disseminação dos rankings, listas e selos de qualidade para a cachaça: 1. A comunicação é vista como o principal gargalo para a bebida e esse tipo de informação, compacta, possui fácil circulação; 2. Apesar da quantidade e do adensamento de informações sobre o destilado brasileiro nos rótulos, há uma percepção de ausência de elementos que orientem a escolha. 3. Os diferentes selos e certificações de qualidade são vistos como elementos capazes de aumentar a confiança em uma determinada marca, embora as dificuldades de acesso dos produtores a esses diferenciadores sejam consideradas como limitantes de sua confiabilidade. 4. A percepção de qualidade da cachaça na comparação com outros destilados é alta, o que leva a procura por informações que validem isso.

Esses dados classificados na forma de sinais diferenciadores surgiram em sociedades antigas para diferenciar a origem de produtos e sua qualidade comparativamente. Em 1846, quando foi iniciada a produção de uma das primeiras marcas de cachaça do Brasil, os produtores já competiam com bebidas trazidas de todas as partes do mundo. A relação combinada entre a evolução da reputação, mudanças políticas com a proteção estatal e a formalização do mercado levou a criação de autoridades de legitimação e um novo conjunto de acessórios associados ao consumo da cachaça.

O fenômeno dos indicadores de qualidade como bens simbólicos (BOURDIEU, 1989) se espalhou e ganhou força a partir do momento em que as relações de consumo deixaram de ser vinculadas a aspectos somente materiais, levando ao aumento das instâncias de consagração que atestam essas diferenças. Os rankings, listas, selos e outros indicadores de qualidade para a cachaça são, portanto, dispositivos de julgamento que orientam e conferem confiança, dentro de uma economia que estimula o desejo pelo raro e pelo singular (KARPIK, 2008), características que foram construídas para a cachaça.

A percepção de melhorias na qualidade da cachaça foi destacada na pesquisa, colocando a bebida nacional em pé de igualdade com outras internacionais. Nesse levantamento, foram mapeados ao menos 13 indicadores de qualidade aplicados para identificar diferenças regionais, produtivas, conquistadas e atestadas, para determinar se uma cachaça é boa ou não é. Foram identificados mais de

uma dezena de concursos que promovem rankings, com a produção de listas anuais e bianuais, nacionais e globais, das melhores bebidas; e reunido mais de seis selos brasileiros de certificação que podem ser conferidos a uma cachaça.

Esse deslocamento na cachaça é considerado positivo, haja vista o interesse do governo brasileiro e das entidades representativas em estimular as exportações. Mas a diversidade que cria singularidades regionais tão notáveis, também pode atrapalhar o projeto de expansão. O controle dos parâmetros para uma padronização da cachaça se baseia nas noções de tradição e patrimônio cultural para conservar alguns elementos da cultura nacional, que são ativos mercantilizáveis, mas com a intenção de associar a cachaça a um produto altamente disponível, competitivo, de qualidade constante e com preço atrelado ao mercado internacional.

Essa sede por mudanças e acesso ao mercado externo, que leva a divulgações constantes sobre o valor e o volume de cachaça exportados, foi o que desencadeou a revisão do arcabouço legal para a cachaça, visto como atrasado para promover a internacionalização da bebida e sua especialização em produto tipo exportação. E explica porque, em parte, o programa de Indicações Geográficas da cachaça, expansível num país diverso como o Brasil, não consegue avançar, mantendo apenas três regiões reconhecidas, e sem registro de novas proteções há quase uma década.

Flagramos esse momento importante de redefinição dos Padrões de Identidade e Qualidade (PIQ) da bebida, com a revisão e publicação do novo marco legal para a cachaça. O processo, apesar de ter sido divulgado, foi marcado por um distanciamento dos consumidores e, porque não do próprio setor, nas decisões. Enquanto esse processo de mudanças passava por consulta pública, essa pesquisa conseguiu captar um desconhecimento considerável entre os apreciadores de cachaça sobre o impacto que mudanças normativas possam trazer para o destilado brasileiro.

No fim, as soluções apresentadas pela nova portaria geraram questionamentos sobre sua eficiência na melhoria dos processos, no desenvolvimento sustentável das empresas, no acesso a formalização dos produtores e no avanço do entendimento sobre o que é cachaça para o que não é cachaça, mostrando que o processo não foi ideal e perdeu a chance de ampliar o debate e promover a comunicação do destilado brasileiro.

A multiplicidade de denominações para a cachaça é uma das ameaças mapeadas na cadeia produtiva, mas uma das alterações previstas pela nova normativa afeta a descrição do produto nos rótulos. Os rótulos são um dispositivo altamente consultado pelos apreciadores de cachaça e fornece informações consideradas importantes sobre a qualidade da bebida. A quantidade de selos e certificados que uma cachaça pode adquirir e estampar nos rótulos, entretanto, é motivo de controvérsias entre parte das pessoas ouvidas nessa pesquisa, por gerar uma aparente confusão. Os entrevistados consideram que a integração em um selo único seria um caminho possível para melhorar a comunicação para esse tipo de indicador de qualidade para a cachaça.

Os rankings que experimentam aumento em número de concursos e de inscrições de cachaça, também são vistos com certa desconfiança e até rejeição como indicadores de qualidade, por causa de uma percepção de que não há total transparência sobre os interesses de seus organizadores nem das metodologias aplicadas. Essas controvérsias estão relacionadas, por exemplo, ao peso que cachaças brancas ou envelhecidas em madeiras não tradicionais recebem e ao destaque dado a produtos envelhecidos, principalmente, em carvalho, de utilização internacional para o envelhecimento de bebidas. Curiosamente, o processo de envelhecimento e a análise sensorial são os dois assuntos mais desejados pelos apreciadores de cachaça na busca por informações.

À medida em que a imagem da cachaça como identidade brasileira continua a atravessar as fronteiras e impactar o status e a produção enquanto mercadoria, discutir como essas mudanças se desenvolvem sob novas regras e o impacto disso requer prosseguimento. Assim, a expectativa é este trabalho possa contribuir para o debate sobre a percepção e a comunicação da cachaça, indicadores de qualidade, a cultura científica associada ao destilado do Brasil e outros temas relacionados, e que forneça elementos para futuras pesquisas por quem estiver interessado em pesquisar cachaça.

REFERÊNCIAS

- 3M. Pesquisa do Índice do Estado da Ciência. **Ciência Aplicada à vida**. [S. l.], 2022. Disponível em: https://www.3m.com.br/3M/pt_BR/pesquisa-do-estado-da-ciencia/. Acesso em: 09 jan. 2023.
- ABPOD. **PodPesquisa Produtor** [2020-2021], 2021. Disponível em: <https://abpod.org/podpesquisa/>. Acesso em: 09 jan. 2023.
- AGROLINK. **Presidente do Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Cachaça recebe homenagem**. 28 ago. 2002. Disponível em: https://www.agrolink.com.br/noticias/presidente-do-programa-brasileiro-de-desenvolvimento-da-cachaca-recebe-homenagem_4328.html. Acesso em: 12 dez. 2022.
- ALBAGLI, Sarita. Divulgação científica: informação científica para cidadania. **Ciência da Informação**. [S. l.], v. 25, n. 3, 1996. DOI: doi.org/10.18225/ci.inf.v25i3.639. Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/639>. Acesso em: 10 fev. 2023.
- ALCARDE, André Ricardo; SOUZA, Paula Araújo de; BELUCCO, André Eduardo de Souza. Aspectos da composição química e aceitação sensorial da aguardente de cana-de-açúcar envelhecida em tonéis de diferentes madeiras. **Food Science and Technology**. [S. l.], v. 30, p. 226-232, 2010. DOI: doi.org/10.1590/S0101-20612010000500035. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cta/a/vnGT3RX9trLMNr4q4kW9Rgg/abstract/?lang=pt>. Acesso em 15 jan. 2023.
- ALMEIDA, João; DIAS, Leandro. **Os segredos da Cachaça**. Tudo o que você precisa saber sobre a bebida mais popular do Brasil. São Paulo: Alaúde Editorial, 2018.
- ALMEIDA, Rosiléia Oliveira de. A Festa do “Vale Encantado” ...ou o X Festival de cachaça (DE) Abaíra: Dimensões espetacular, interativa e educativa. **Candombá: Revista Virtual**. [S. l.], v. 3, n. 1, p. 45-69, 2007.
- ALMEIDA, Rosiléia Oliveira de. **Ajofe e alcoometria**: as escolas diante das mudanças socioculturais ligadas à produção de cachaça artesanal na microrregião de Abaíra, Bahia, Brasil. **Ciência & Educação**. Bauru, v. 18, p. 187-214, 2012. DOI: doi.org/10.1590/S1516-73132012000100012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ciedu/a/v6wz8tHkvFs63SVK6t49xfr/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 10 fev. 2023.
- ALMEIDA, Rosiléia Oliveira de. **Ajofe e alcoometria**: poderão viver juntos? As escolas diante das mudanças socioculturais ligadas a produção de cachaça artesanal na microrregião de Abaíra-BA. 2008. 337 p. Tese (doutorado) – Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação, Campinas, SP. DOI: doi.org/10.47749/T/UNICAMP.2008.439844. Disponível em: <https://hdl.handle.net/20.500.12733/1609070>. Acesso em: 15 jan. 2023.
- ALMEIDA, Rosiléia Oliveira de; ALMEIDA MENDES, Benjamim de. Um brinde, com cachaça, aos 200 anos de Independência do Brasil: dois modelos epistemológicos e suas implicações para a decolonialidade nos tempos atuais. **Revista Brasileira de História da Ciência**. [S. l.], v. 15, n. 1, p. 32-60, 2022. DOI: doi.org/10.53727/rbhc.v15i1.736. Disponível em: <https://rbhciencia.emnuvens.com.br/revista/article/view/736>. Acesso em: 10 fev. 2023.
- ANDRADE, Benedita Vieira de. **Representações discursivas de Câmara Cascudo por Mário de Andrade**. 2014. 249f. Tese (Doutorado em Estudos da Linguagem) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/33763>. Acesso em: 10 jun. 2023.

ANDREATTA, Margarida Davina. **Engenho São Jorge dos Erasmos**: prospecção arqueológica, histórica e industrial. *Revista USP*, n. 41, p. 28-47, 1999. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/download/28435/30293>. Acesso em: 10 jun. 2023.

ANPAQ. A arte e a Ciência da cachaça na Portaria 339/2021 [S. l.]: Associação Nacional dos Produtores e Integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique. *Roda de Ideias*, 24 fev. 2022, 1 vídeo (1h46min). [Workshop]. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=b-umvCVp_5w. Acesso em: 24 fev.2022.

ANPAQ. Associação Nacional dos Produtores e integrantes da Cadeia Produtiva e de Valor da Cachaça de Alambique. **Programa de garantia de qualidade da cachaça de alambique**. Minas Gerais, 2017. Disponível em: <https://www.anpaq.com.br/pdf/Regulamento-Programa-Garantia-Qualidade-2017.pdf>. Acesso em: 07 jul. 2022.

APACERJ. Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça do Estado do Rio de Janeiro. **Carta de Cachaças do Estado do Rio de Janeiro**. J.Di Giorgio, Rio de Janeiro – RJ, 2014.

ARAÚJO, Daniel Féo Castro de; ARAÚJO SOBRINHO, Fernando Luiz. Cultura agrícola da cana-de-açúcar no Brasil: contribuição ao estudo dos territórios rurais e suas contradições e conflitos. **Geopauta**. [S. l.], v. 4, n. 1, pág. 162-183, 2020. DOI: 10.22481/rg.v4i1.6303. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/geo/article/view/6303>. Acesso em: 30 dez. 2022.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PRODUTORES E INTEGRANTES DA CADEIA PRODUTIVA E DE VALOR DA CACHAÇA DE ALAMBIQUE (ANPAQ). **Relação de feiras, eventos e cursos de 2023**. [S. l.], 2022. Disponível em: <http://www.anpaq.com.br/a-anpaq/agenda.html>. Acesso em: 06 ago. 2022.

CACHAÇA. *In*: AULETE, Francisco Júlio de Caldas. *Dicionario contemporaneo da lingua portugueza*. 1881.

AVELAR, Lucas Endrigo B. O sujeito “cachaça” e a história “arqueológica”. SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA. 25. 2009. Associação Nacional de História. Fortaleza, 2009. Disponível em: https://www.anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/2019-01/1548772006_535f5aa63a3c48a619b4d0bdc6c44cc9.pdf. Acesso em: 15 jan. 2023.

AVELAR, Lucas Endrigo Brunozi. **A moderação em excesso**: estudo sobre a história das bebidas na sociedade colonial. 2010. Dissertação (Mestrado em História Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. DOI: 10.11606/D.8.2010.tde-08022011-151118. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8138/tde-08022011-151118/>. Acesso em: 15 jan. 2023.

BARBOSA, José Luciano Albino. **Engenho de cana-de-açúcar na Paraíba**: por uma sociologia da cachaça [online]. Campinas Grande: EDUEPB, 2014. DOI: doi.org/10.7476/9788578793302. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/gr7y8>. Acesso em: 15 jan. 2023.

BECKESTEIN, Aline. Inmetro vai emitir selo de qualidade para a cachaça. **Agência Brasil**. Memória EBC. 05 nov. 2005. Disponível em: <http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2005-11-05/inmetro-vai-emitir-selo-de-qualidade-para-cachaca>. Acesso em: 17 jun. 2022.

BENASSI, Cassiane Beatrís Pasuk e STRIEDER, Dulce Maria. Um olhar epistemológico sobre as pesquisas de percepção pública da ciência. **Revista Valore**, v. 6, p. 359-371, 2021. Disponível em: <https://revistavalore.emnuvens.com.br/valore/article/view/812>. Acesso em: 23 mai. 2023.

BIAGIONI MAIA, Amazile e CAMPELO, Eduardo Antônio Pinto. **Tecnologia da cachaça de alambique**. Belo Horizonte: Sebrae/MG, 2005.

BIAGIONI MAIA, Amazile. **Papel da madeira no envelhecimento da cachaça**. RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar - ISSN 2675-6218, [S. l.], v. 2, n. 8, p. e28682, 2021. DOI: 10.47820/recima21.v2i8.682. Disponível em: <https://recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/682>. Acesso em: 15 jan. 2023.

CACHAÇA. *In*: BLUTEAU, Rafael. Vocabulario portuguez, e latino, aulico, anatomico, architectonico, bellico, botanico ... : autorizado com exemplos dos melhores escritores portuguezes, e latinos; e offerecido a El Rey de Portugal D. Joaõ V. Coimbra, Collegio das Artes da Companhia de Jesu : Lisboa, Officina de Pascoal da Sylva, 1712-1728. 8 v; 2 Suplementos.

BORTOLETTO, Aline Marques. **Influência da madeira na qualidade química e sensorial da aguardente de cana envelhecida**. 2016. Tese (Doutorado em Ciência e Tecnologia de Alimentos) – Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2016. DOI:10.11606/T.11.2016.tde-19042016-122917. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/11/11141/tde-19042016-122917/pt-br.php>. Acesso em: 15 jan. 2023.

BORTOLETTO, Aline Marques; SILVELLO, Giovanni Casagrande; ALCARDE, André Ricardo. Perfil aromático de compostos ativos de aroma em destilados de cana-de-açúcar envelhecidos em barris de madeiras tropicais. *Brazilian Journal of Food Technology*, v. 24, 2021. DOI: doi.org/10.1590/1981-6723.07119. Disponível em: <https://www.scielo.br/bjft/a/8fNh6v5HQ59RfdNY6BvK3kn/abstract/?format=html&lang=pt>. Acesso em: 15 jan. 2023.

BOURDIEU, Pierre. **Campo de poder, campo intelectual**. Buenos Aires: Folios, 1983.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Memória e Sociedade. Tradução: Fernando Tomaz. Lisboa: Difel, 1989.

BOWEN, Sarah. Las indicaciones geográficas, la globalización y el desarrollo territorial: el caso del tequila. *Agroalimentaria*. [S. l.], v. 18, n. 34, p. 91-103, 2012a. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/1992/199222712008.pdf>. Acesso em: 07 jul. 2022.

BOWEN, Sarah; GAYTÁN, Marie Sarita. The paradox of protection: National identity, global commodity chains, and the tequila industry. *Social Problems*. [S. l.], v. 59, n. 1, p. 70-93, 2012b. DOI: doi.org/10.1525/sp.2012.59.1.70. Disponível em: <https://academic.oup.com/socpro/article-abstract/59/1/70/2259033?redirectedFrom=fulltext>. Acesso em: 15 dez. 2022.

BRANDÃO, Marcelo. Mercado exportador de Cachaça bate recorde em 2022. *Agência Brasil*. [S. l.], 11 dez. 2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-12/mercado-exportador-de-cachaca-bate-recorde-em-2022>. Acesso em: 16 dez. 2022.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Diário Oficial da União: seção I, Distrito Federal, p. nº 1, 5 out. 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 10 jun. 2022.

BRASIL. **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio**: módulo II, indicação geográfica. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento; organização Luiz Otávio Pimentel – 4ª ed. – Florianópolis: MAPA, Florianópolis: FUNJAB, 2014.

BRASIL. **DECRETO Nº 1.355, DE 30 DE DEZEMBRO DE 1994**. Promulga a Ata Final que Incorpora os Resultados da Rodada Uruguai de Negociações Comerciais Multilaterais do GATT. Diário Oficial: seção I, Distrito Federal, p. in. 21.394, 31 dez. 1994. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/backup/legislacao-1/27-trips-portugues1.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2022.

BRASIL. **DECRETO Nº 2.314, DE 4 DE SETEMBRO DE 1997.** [Revogado pelo Decreto nº 6.871, de 2009] 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. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília-DF, seção 1, p. 19549 1997. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto/d2314. Acesso em: 07 de maio de 2022.

BRASIL. **DECRETO Nº 4.062, DE 21 DE DEZEMBRO DE 2001.** Define as expressões "cachaça", "Brasil" e "cachaça do Brasil" como indicações geográficas e dá outras providências. Diário Oficial: seção I, Distrito Federal, p. nº 4, 26 dez. 2001. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto/2001/d4062.htm. Acesso em: 10 jun. 2022.

BRASIL. **DECRETO Nº 4.072, DE 3 DE JANEIRO DE 2002.** [Revogado pelo Decreto nº 4.851, de 2003] Dá nova redação aos arts. 81, 91 e 93 do Regulamento aprovado pelo Decreto no 2.314, de 4 de setembro de 1997, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília-DF, p. 1, 2002. Disponível em: <https://legislacao.presidencia.gov.br/atos/?tipo=DEC&numero=4072&ano=2002&ato=05aITR61U NNpWTFad>. Acesso em: 07 de maio de 2022.

BRASIL. **DECRETO Nº 4.851, DE 2 DE OUTUBRO DE 2003.** [Revogado pelo Decreto nº 6.871, de 2009] Altera dispositivos do Regulamento aprovado pelo Decreto no 2.314, de 4 de setembro de 1997, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília-DF, p. 6. 2003 (b). Disponível em: <https://legislacao.presidencia.gov.br/atos/?tipo=DEC&numero=4851&ano=2003&ato=b8bQTRE5EeRpWT299>. Acesso em: 07 de maio de 2022.

BRASIL. **DECRETO Nº 6.871, DE 4 DE JUNHO DE 2009.** 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. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília-DF, p. 20. 2009. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/Decreto/d6871.htm. Acesso em: 07 de maio de 2022.

BRASIL. **DECRETO Nº 73.267, DE 6 DE DEZEMBRO DE 1973.** [Revogado pelo Decreto nº 2.314 de 1997]. Regulamenta a Lei nº 5.823, de 14 de novembro de 1972. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília-DF, 1973. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto/1970-1979/d73267.htm. Acesso em: 07 de maio de 2022.

BRASIL. **Guia de Indicações Geográficas. Caderno de Especificações Técnicas.** Data Sebrae, 2019b. Disponível em <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/07/Guia-das-IGs-Caderno-de-Especificacao-C3%A7-C3%B5es-T-C3%A9cnicas-Interativo.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2022.

BRASIL. **INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 13. 29 DE JUNHO DE 2005.** Aprova o Regulamento Técnico para Fixação dos Padrões de Identidade e Qualidade para Aguardentes de Cana e Cachaça. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília-DF, 2005. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/legislacao-1/biblioteca-de-normas-vinhos-e-bebidas/instrucao-normativa-no-13-de-29-de-junho-de-2005.pdf>. Acesso em: 07 de maio de 2022.

BRASIL. **LEI Nº 10.831, DE 23 DE DEZEMBRO DE 2003.** Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília-DF, p. 8., 24 dez. 2003 (a). Disponível em: <https://legislacao.presidencia.gov.br/atos/?tipo=LEI&numero=10831&ano=2003&ato=60boXTE50dRpWTdb1>. Acesso em: 07 de maio de 2022.

BRASIL. **LEI Nº 9.279, DE 14 DE MAIO DE 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Diário Oficial: seção I, Distrito Federal, nº 8353, 15 mai. 1996. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm. Acesso em: 10 jun. 2022.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **A cachaça no Brasil**: dados de registro de cachaças e aguardentes ano 2021 / Secretaria de Defesa Agropecuária. 3. ed. Brasília: MAPA/AECS, 2021b. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/mais-de-5-5-mil-marcas-de-cachaca-estao-registradas-no-brasil>. Acesso em: 07 de maio de 2022.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **A cachaça no Brasil**: dados de registro de cachaças e aguardentes/Secretaria de Defesa Agropecuária. 2. ed. - Brasília: MAPA/AECS, 2020 (a). 27 p. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/publicacoes/anuario-cachaca2020-web.pdf>. Acesso em: 07 de maio de 2022.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **A cachaça no Brasil**: dados de registro de cachaças e aguardentes/Secretaria de Defesa Agropecuária. Brasília: MAPA/AECE, 2019a. 27 p. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtosvegetal/publicacoes/anuario-cachaca.pdf>. Acesso em: 07 de maio de 2022.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Anuário da cachaça 2021/Secretaria de Defesa Agropecuária**. – Brasília: MAPA/AECS, 2022b. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias-2022/brasil-tem-611-municipios-com-pelo-menos-uma-cachacaria-registrada-aponta-anuario/AnuriodaCachaa2021v.finalcompactado.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2023.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Gabinete do Ministro. **PORTARIA Nº 539, DE 26 DE DEZEMBRO DE 2022**. Estabelece os Padrões de Identidade e Qualidade da aguardente de cana e da cachaça. Diário Oficial da União, Brasília, DF, seção I, p.13, nº 243, 27 dez. 2022a. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-mapa-n-539-de-26-de-dezembro-de-2022-453828778>. Acesso em: 27 dez. 2022.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Gabinete do Ministro. **Portaria nº 339, de 28 de junho de 2021**. Submete à Consulta Pública a minuta de Portaria e respectivo Anexo que estabelece os Padrões de Identidade e Qualidade da aguardente de cana e da Cachaça e revoga atos normativos com matérias pertinentes. Diário Oficial da União, Brasília, DF, seção I, p.14, nº 120, 29 jun. 2021c. Disponível em: <https://www.in.gov.br/web/dou/-/portaria-n-339-de-28-de-junho-de-2021-328538616>. Acesso em: 10 fev. 2023.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Manual de identidade visual e uso dos selos brasileiros de indicações geográficas**. 2021d. Disponível em: https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/legislacao-ig/manual_identidade_visual_selos_upt.pdf. Acesso em: 14 jun. 2022.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **PORTARIA Nº 52, DE 15 DE MARÇO DE 2021**. Estabelece o Regulamento Técnico para os Sistemas Orgânicos de Produção e as listas de substâncias e práticas para o uso nos Sistemas Orgânicos de Produção. Diário Oficial da União, Brasília, DF, seção I, p.10, nº 55, 23 mar. 2021e. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-52-de-15-de-marco-de-2021-310003720>. Acesso em: 10 fev. 2023.

BRASIL. Ministério da Saúde. **INSTRUÇÃO NORMATIVA - IN Nº 75, DE 8 DE OUTUBRO DE 2020**. Estabelece os requisitos técnicos para declaração da rotulagem nutricional nos alimentos embalados. Diário Oficial: seção I, edição 195, p. 113, Distrito Federal, 09 out. 2020 (b). Disponível

em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/instrucao-normativa-in-n-75-de-8-de-outubro-de-2020-282071143>. Acesso em: 10 jul. 2022.

BRASIL. **PORTARIA/INPI/PR Nº 04, DE 12 DE JANEIRO DE 2022**. Estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas, dispõe sobre a recepção e o processamento de pedidos e petições e sobre o Manual de Indicações Geográficas. Brasília, DF: Ministério da Economia, Instituto Nacional da Propriedade Industrial, 24 jan. 2022c. Disponível em: https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/legislacao-ig/PORT_INPI_PR_04_2022.pdf. Acesso em: 16 jun. 2022.

BRASIL. **PORTARIA/INPI/PR Nº 046, DE 14 DE OUTUBRO DE 2021**. Institui os Selos Brasileiros de Indicações Geográficas e dispõe sobre sua finalidade, direito de uso e formas de utilização. Brasília, DF: Ministério da Economia, Instituto Nacional da Propriedade Industrial, 18 out. 2021 (a). Disponível em: https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/legislacaoig/PORT_INPI_PR_046_2021_anexo.pdf. Acesso em: 14 jun. 2022.

BRASIL. Como obter certificação de produtos orgânicos – Produção Primária Vegetal (PPV). **Site oficial do Governo Federal**. [S. l.], 2022d. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/servicos/obter-certificacao-de-produtos-organicos-producao-primaria-vegetal>. Acesso em: 15 maio 2022.

BRUCH, Kelly Lissandra; KRETSCHMANN, Angela. A compreensão da indicação geográfica como um signo distintivo de origem. *In*: MEZZAROBBA, Orides; FEITORA, Raymundo; SILVEIRA, Vladimir; SÉLLOS-KNOERR, Viviane *et al.* (org.). **Propriedade Intelectual**. 1. ed. Curitiba: Clássica, v. 32, 2014, p. 12-36.

BUENO, Wilson Costa. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**. [S. l.], v. 15, n. 1esp, p. 1-12, 2010. DOI: doi.org/10.5433/1981-8920.2010v15n1esp1. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/6585>. Acesso em: 05 dez. 2023.

BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo científico: conceitos e funções. **Ciência e cultura**. [S. l.], v. 37, n. 9, p. 1420-1427, 1985.

CACHAÇA EM REVISTA. Fermentação Inteligente. O cúpulo Glauco Mello e a pesquisadora Maria Olivia Campos Masieri (UNESP Araraquara) falam sobre os métodos mais avançados de intervenção no processo fermentativo. Ano VIII, nº 8, p. 55-53, 2020.

CAETANO, Antônio Filipe Pereira. **Entre a Sombra e o Sol: A Revolta da Cachaça, a freguesia de São Gonçalo e a crise política fluminense (Rio de Janeiro, 1640-1667)**. Dissertação (Mestrado em História Social) Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2003. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/17079>. Acesso em: 15 jan. 2023.

CALASANS, José. **Cachaça, Moça Branca: um estudo de folclore [1951]**. Salvador: EDUFBA, 2014.

CALDAS, A. S. **A importância da denominação de origem para o desenvolvimento regional e inclusão social: o caso do território da Cachaça de Abaíra**. Salvador, 2005.

CÂMARA, Marcelo. **Cachaça: prazer brasileiro**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

CANAL da cachaça. **Linktree**. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://linktr.ee/canaldacachaca>. Acesso em: 19 maio 2022.

CANÇADO, Silvia Albernaz. **Cachaça não é rum: subsídios para traduzir a bebida nacional brasileira para a língua inglesa**. Dissertação (Mestrado Estudos da Tradição) - Universidade de

Brasília, Brasília, 2020. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/40847>. Acesso em: 10 fev. 2023.

CARNEIRO, Henrique Soares. **Bebidas alcóolicas e outras drogas na época moderna**. [S.l: s.n.], 2003. Disponível em: http://www.neip.info/downloads/t_henrique_historia.pdf. Acesso em: 15 jan. 2023.

CARNEIRO, Henrique Soares. Contrôle social et réglementation de la cachaça (eau-de-vie) et de la maconha (cannabis) au Brésil contemporain. **Bulletin d'histoire politique**. [S. l.], v. 28, n. 2, summer 2020, p. 120–132. DOI: doi.org/10.7202/1070807ar. Disponível em: <https://www.erudit.org/en/journals/bhp/2020-v28-n2-bhp05433/1070807ar/>. Acesso em: 18 mar. 2021.

CARNEIRO, João de Deus Souza *et al.* Opiniões e atitudes dos consumidores em relação a embalagens e rótulos de cachaça. **Food Science and Technology**. [S. l.], v. 30, p. 669-673, 2010. DOI: [10.1590/S0101-20612010000300016](https://doi.org/10.1590/S0101-20612010000300016). Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cta/a/Mh3XYFWDSBXnSGSCJtJVQdj/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 13 nov. 2022.

CARVALHO, Miguel. Selos brasileiros de Indicações Geográficas. IV Evento Internacional de Indicações Geográficas e Marcas Coletivas. Brasília, 8 e 9 dez. 2021. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/12/Apresenta%C3%A7%C3%A3o_Lan%C3%A7amento_Selos.pdf. Acesso em: 17 jun. 2022.

CASCUDO, Câmara. **A História da Alimentação no Brasil** [1967]. São Paulo: Global, 2011. 972 p.

CASCUDO, Câmara. **A propósito da Cachaça**. A República, Natal, 09 jan.1944. Acta Diurna.

CASCUDO, Câmara. **Prelúdio da Cachaça**. São Paulo: Global, 2006. 86 p.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet**: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade. [S. l.]: Zahar, 2003.

CASTRO, Jonnys Paz; PERÍGOLO, Deise Marone; Bianchi, Maria Lúcia; MORI, Fábio Akira; FONSECA, Alessandra de Souza; ALVES, Isabel Cristina Nogueira; VASCONCELLOS, Francisco José. Uso de espécies amazônicas para envelhecimento de bebidas destiladas: análises física e química da madeira. **Cerne**. [S. l.], v. 21, p. 319-327, 2015. DOI: doi.org/10.1590/01047760201521021567. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cerne/a/sXhQsX6w88y94r344KpPxyR/?lang=pt>. Acesso em: 15 jan. 2023.

CASTRO, M. C., BORTOLETTO, A. M., SILVELLO, G. C., & ALCARDE, A. R. Lignin-derived phenolic compounds in cachaça aged in new barrels made from two oak species. **Heliyon**. [S. l.], v. 6, n. 11, e05586, 2020. DOI: doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05586. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844020324294>. Acesso em: 15 jan. 2023.

CASTRO, Mariana Costa de. **Caracterização química e sensorial do grau de maturação de cachaça envelhecida em tonéis novos de carvalho**: avaliação dos compostos fenólicos marcadores de envelhecimento. 2020. Dissertação (Mestrado em Ciência e Tecnologia de Alimentos) - Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2020. DOI:10.11606/D.11.2020.tde-05052020-113620. Acesso em: 15 jan. 2023.

CATADOR. Home. Spirits Awards. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://catador.cl/spiritsawards>. Acesso em: 16 jul. 2022.

CAVALCANTE, Messias S. **A verdadeira história da cachaça**. São Paulo: Sá Editora, 2011a.

CAVALCANTE, Messias S. **Todos os nomes da cachaça**. Sá Editora, 2011b.

CACHAÇA EXTREMA. Site oficial. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.cachacaextrema.com.br/>. Acesso em: 19 maio 2022.

CELLIA, Pedro Henrique de Moraes; SERRANO JR., Carlos V.; LIMA, Eduardo Gomes. Consumo moderado de álcool e aterosclerose. *In*: Ramires, Jose Antonio Franchini; Kalil Filho, Roberto; Serrano Jr., Carlos V.; Fischer, Thiago (Ed.). **Aterosclerose: riscos, mecanismos e manuseio**. SÃO PAULO: Editora dos Editores, 2022. p.131-141.

CACHAÇA. *In*: CHERNOVIZ, Pedro Luiz Napoleao. Dicionario de medicina popular e das ciencias accessorios para uso das familias, contendo a descrição das Causas, symptomas e tratamento das moléstias; as receitas para cada molestia; As plantas medicinaes e as alimenticias; As aguas mineraes do Brazil, de Portugal e de outros paizes; e muitos conhecimentos uteis. 6. ed. Paris, A Roger & F Chernoviz, 1890. 2 v. Disponível em: <https://www.bbm.usp.br/pt-br/dicionarios/dicionario-de-medicina-popular-e-das-ciencias-access%C3%B3rias-para-uso-das-familias/>. Acesso em: 10 fev. 2023.

COELHO-COSTA, Ewerton Reubens, PORTUGUEZ, Anderson Pereira. Por uma dose de cachaça brasileira: indicações geográficas e o decreto da cachaça como mecanismos de preservação do patrimônio cultural brasileiro. **Observatorio de la Economía Latinoamericana**. [S. l.], ed. 209, p. 1-25, 2015. ISSN: 1696-8352. Disponível em: http://eumed.net/curs_econ/ecolat/br/15/patrimonio-cultural.html. Acesso em: 29 dez. 2022.

COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO - CONAB. **Série Histórica das Safras**. Brasília: 2021. Disponível em: <https://www.conab.gov.br/info-agro/safras/serie-historica-das-safras>. Acesso em: 19 jun. 2021.

CÚPULA da cachaça. Edições anteriores da revista Cachaça em Revista. **Cachaça em Revista**. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.cupuladacachaca.com.br/cachaca-em-revista/>. Acesso em: 22 jun. 2022.

CÚPULA DA CACHAÇA. **Ranking Cúpula da Cachaça**. [S. l.], 2023. Disponível em: <https://www.cupuladacachaca.com.br/ranking-cupula-da-cachaca/>. Acesso em 10 fev. 2023.

CWSA. **Home**. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://cwsa.org/sticker-shop/>. Acesso em: 16 maio 2022.

DA COSTA, Vilene Dias; DE JESUS ROCHA, Cleidson. Sobre identidades culturais e a experiência da cultura-mundo: aproximações e divergências entre Stuart Hall e Gilles Lipovetsky. **Brazilian Journal of Development**. [S. l.], v. 7, n. 4, 2021. DOI: <https://doi.org/10.34117/bjdv7n4-363>. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/28226>. Acesso em: 29 dez. 2022.

DA SILVA OLIVEIRA, Renan Elan *et al.* Perfil do consumidor feminino de cachaças artesanais e industriais no Estado da Paraíba. **Brazilian Journal of Food & Nutrition/Alimentos e Nutrição**. [S. l.], v. 23, n. 1, p. 11-119, 2012. Disponível em: <https://doaj.org/article/eb2ce87796fe4bec9258d1e8d9383509>. Acesso em: 13 nov. 2022.

DA SILVA, Jairo Martins. **Cachaça: história, gastronomia e turismo**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2008.

DA SILVA, Jairo Martins. **Cachaça: o mais brasileiro dos prazeres**. Editora Senac São Paulo, 2018.

DANTES, Maria Amélia M. **Espaços da ciência no Brasil: 1800-1930**. Editora Fiocruz, 2001.

DE ARAÚJO, Elisabeth Thaianie Tercino *et al.* O consumo da cachaça e seus sentidos: uma análise do comportamento do consumidor à luz da teoria do Sensemaking. **Revista Gestão Organizacional**. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/RGO-05-2022-0011>. Acesso em: 10 fev. 2023.

l.], v. 14, n. 2, p. 46-68, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.22277/rgo.v14i2.5392>. Acesso em: 13 nov. 2022.

CACHAÇA. *In*: DE BEAUREPAIRE ROHAN, Henrique. Dicionario de vocabulos brasileiros pelo tenentegeneral visconde de Beaurepaire-Rohan.. Imprensa nacional, 1889.

DE FARIA, Raul Gustavo Bettencourt. **Estudo de Consumo de Cachaça Artesanal em Bares e Botequins no Município do Rio de Janeiro**. Orientador: Eduardo Saliby. 2002. 109 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Instituto COPPEAD de Administração, Rio de Janeiro, 2002.

DE OLIVEIRA, Sueli Marques Sousa. **Fatores que influenciam o aumento do consumo de cachaça pelo público feminino no Estado de São Paulo**. Orientador: Paulo Sergio Gonçalves de Oliveira. 2019. 101 folhas. Dissertação (Mestrado em Gestão de Alimentos e Bebidas) – Universidade Anhembi Morumbi, 2019. Disponível em: https://portal.anhembi.br/wp-content/uploads/2022/05/Dissertacao_SUELI-MARQUES-SOUSA-DE-OLIVEIRA.pdf. Acesso em: 13 nov. 2022.

DE SOUZA, Ricardo Luiz de. Identidade nacional e modernidade brasileira: o diálogo entre Sílvio Romero, Euclides da Cunha, Câmara Cascudo e Gilberto Freyre. Belo Horizonte: Autêntica, 2007. 232 p.

DE SOUZA, Ricardo Luiz. Cachaça, vinho, cerveja: da Colônia ao século XX. **Revista Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, v. 1, n. 33, p. 56-75, 2004. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2211/1350>. Acesso em 10 fev. 2023.

DE SOUZA, Viviam Lacerda; DO NASCIMENTO CUNHA, Magali. Aspectos sociais e publicitários na imagem da cachaça brasileira. **Cadernos de Comunicação**. [S. l.], v. 17, n. 1, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/ccomunicacao/article/view/8022>. Acesso em: 13 nov. 2022.

DELMASTRO, Marco e CASTRIOTA, Stefano. The economics of collective reputation: Minimum quality standards, vertical differentiation and optimal group size. **AAWE Working Paper**. [S. l.], n. 50, 2009. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/230690623_The_economics_of_collective_reputation_Minimum_quality_standards_vertical_differentiation_and_optimal_group_size. Acesso em: 07 jul. 2022.

DEVOTOS da Cachaça. Pesquisa revela o que produção de cachaça pode ensinar a alunos do Ensino Básico. **Notícias: Direto do Alambique**. [S. l.], 09 set. 2021 (b). Disponível em: <https://xn--devotosdacachaa-rmb.com.br/2021/09/09/pesquisa-revela-o-que-producao-de-cachaca-pode-ensinar-a-alunos-do-ensino-basico/>. Acesso em: 05 jan. 2023.

DEVOTOS da Cachaça. Conheça Brubeyk, que pagou R\$ 67 mil na Cachaça Weber Haus Diamant 21 Anos 0001. **Notícias: Direto do Alambique**. [S. l.], 07 dez. 2021 (a). Disponível em: <https://xn--devotosdacachaa-rmb.com.br/2021/12/07/ele-pagou-r-66-mil-na-cachaca-weber-haus-diamant-21-anos-0001-conheca-o/>. Acesso em: 11 jun. 2022.

DEVOTOS da Cachaça. Mapa agenda audiência pública sobre nova regulamentação da cachaça. **Notícias: Direto do Alambique**. [S. l.], 9 fev. 2022. Disponível em: <https://xn--devotosdacachaa-rmb.com.br/2022/02/09/mapa-agenda-audiencia-publica-sobre-nova-regulamentacao-da-cachaca/>. Acesso em: 10 fev. 2022.

DOS SANTOS, Darlene Pereira *et al.* Influence of packing on the acceptance of different brands of cachaça in the region of Salinas/MG. **Brazilian Journal of Food Research**. [S. l.], v. 3, n. 1, p. 57-62, 2013. DOI: 10.14685/rebrapa.v3i1.63 Disponível em: <https://periodicos.utfpr.edu.br/rebrapa/article/view/3360>. Acesso em 13 nov. 2022.

DUARTE, Nelson. Porque eles conseguiram e nós não? **Cachaça em Revista**: cúpula da cachaça. [S. l.], ano VI, n. 6, 2018.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2012.

FARIA, J. B. *et al.* Evaluation of Brazilian woods as an alternative to oak for cachacas aging. **European Food Research and Technology**. New York: Springer, v. 218, n. 1, p. 83-87, 2003. DOI: doi.org/10.1007/s00217-003-0795-z. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s00217-003-0795-z#citeas>. Acesso em: 15 jan. 2023.

FARIA, J. B. Sugar cane spirits: Cachaça and rum production and sensory properties. *In*: **Alcoholic Beverages**. Woodhead Publishing, [S. l.], 2012. p. 348-358. DOI: doi.org/10.1533/9780857095176.3.348. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090515500171?via%3Dihub>. Acesso em: 10 fev. 2023.

FERNANDES, Dirley. A cachaça não parou nem a cúpula. **Cachaça em Revista**: Panorama. [S. l.], Ano IX, n. 9, p. 6-8, 2021. Disponível em: <https://anyflip.com/znvzu/azba/>. Acesso em: 10 fev. 2023.

FERNANDES, Dirley. Cachaças da Paraíba ganham carta de alto nível. **Devotos da Cachaça**: Notícias. [S. l.], 21 jun. 2017. Disponível em: <https://xn--devotosdacachaa-rmb.com.br/2017/06/21/cachacas-da-paraiba-ganham-carta-exemplar/>. Acesso em: 07 jul. 2022.

FERNANDES, Dirley. Exportações de cachaça fecham 1º semestre em forte alta. **Devotos da Cachaça**: Direto do Alambique. [S. l.], 07 jul. 2022. Disponível em: <https://xn--devotosdacachaa-rmb.com.br/2022/07/07/exportacoes-de-cachaca-fecham-1o-semester-em-forte-alta/>. Acesso em: 07 jul. 2022.

FERNÁNDEZ POLCUCH, Ernesto; BELLO, Alessandro; MASSARANI, Luisa. Políticas públicas e instrumentos para el desarrollo de la cultura científica en América Latina. *In*: Luisa Massarani. (org.). **RedPOP**: 25 años de popularización de la ciencia en América Latina. [S. l.], 1.ed., v. 1, p. 109-130. Rio de Janeiro: Museu da Vida, Casa Oswaldo Cruz, Fiocruz. RedPOP, Unesco, 2015. Disponível em: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/90289/RedPOP_25_a%C3%83%C2%B1os_de_popularizaci%C3%83%C2%B3n_de_la_ciencia_en_Am%C3%83%C2%A9rica_Latina.773.pdf-PDFA.pdf?sequence=1#page=111. Acesso em: 10 fev. 2023.

CACHAÇA. *In*: FERREIRA, A. B. de H. Novo dicionário da língua portuguesa. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1975.

FERREIRA-JUNIOR, A. M. **Fatores que afetam o consumo de cachaça**. Orientadora: Teresa Cristina Janes Carneiro. 2011, 101 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-graduação em Administração do Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas da Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2011. Disponível em: <http://repositorio.ufes.br/handle/10/2831>. Acesso em: 13 nov. 2022.

CACHAÇA. *In*: FIGUEIREDO, Cândido de *et al.* Novo dicionário da língua portuguesa. [S. l.], 1913.

FIGUEIREDO, Luciano (org.). **Cachaça, alquimia brasileira**. Repsol - YPF Brasil. Rio de Janeiro: 19 Design, 2005.

FIGUEIREDO, Luciano R.; VENÂNCIO, Renato. **Águas ardentes**: o nascimento da cachaça in Cachaça, alquimia brasileira. Rio de Janeiro: 19 Design, p.14-55, 2005.

FILGUEIRAS, Carlos AL. Havia alguma ciência no Brasil Setecentista?. **Química Nova**. [S. l.], v. 21, p. 351-353, 1998. DOI doi.org/10.1590/S0100-40421998000300020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/qn/a/XvxyhDHNwx3CzFCW6jhrCSG/?lang=pt>. Acesso em: 15 jan. 2023.

FILIPPE, Mariana. Mercado ilegal de bebida alcoólica destilada cresce na pandemia. Exame. 22 out. 2020. **Negócios**. Disponível em: <https://exame.com/negocios/mercado-ilegal-de-bebida-alcoolica-destilada-cresce-na-pandemia/>. Acesso em: 18 mar. 2021.

FIORAVANTI, Carlos. Divulgação científica no período colonial brasileiro: as cartas jesuíticas. **Journal of Science Communication – América Latina**. [S. l.], v. 5, n. 2, p. A05, 2022. DOI: doi.org/10.22323/3.05020205. Disponível em: https://jcomal.sissa.it/es/05/02/JCOMAL_0502_2022_A05. Acesso em: 10 fev. 2023.

FIORAVANTI, Carlos. Para fazer uma boa branquinha. **Revista Pesquisa Fapesp**. [S. l.], edição 306, ago. 2021. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/para-fazer-uma-boa-branquinha/>. Acesso em: 15 jan. 2023.

CACHAÇA. In: FREIRE, Laudelino. Grande e Novíssimo Dicionário da Língua Portuguesa: EI. J. Olympio, 1957.

GAMA, Guilherme. Barril novo é que faz cachaça boa: pesquisadores da USP estudam o envelhecimento de destilados. **Jornal da USP**. 22 outubro 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/ciencias/barril-novo-e-que-faz-cachaca-boa-pesquisadores-da-usp-estudam-o-envelhecimento-de-destilados/>. Acesso em: 15 jan. 2023.

GARCIA, Carolina Celia Tito; JANZANTTI, Natalia Soares. Influência da expectativa do consumidor na aceitação de cachaça orgânica. **Semina Ciências Agrárias**. Londrina, v. 32, n. 3, p. 1069-1081, 2011. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/7211>. Acesso em: 13. nov. 2022.

GATTI, Nicolas; GOMEZ, Miguel L.; BENNETT, Ruth E.; SILLETT, T. Scott; BOWE, Justine. Eco-labels matter: Coffee consumers value agrochemical-free attributes over biodiversity conservation. **Food Quality and Preference**. [S. l.], v. 98, p. 104509, 2022. DOI: doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104509 Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329321003918>. Acesso em: 07 jul. 2022.

GERK, Andréia *et al.* **200 anos, 200 cachaças**: a evolução da cachaça, da independência até os dias de hoje, contada em 200 rótulos. 1. ed. Campinas, SP: PCN Comunicação, 2022. Disponível em: https://snida.agricultura.gov.br/binagri/bases/agb/Agb_Docs_Fonte/BR2022001007.pdf. Acesso em: 15 jan. 2023.

GOGUITCHAICHVILLI, Avto *et al.* Archaeomagnetic evidence of pre-Hispanic origin of Mezcal. **Journal of Archaeological Science: Reports**. [S. l.], v. 21, p. 504-511, 2018. DOI: doi.org/10.1016/j.jasrep.2018.08.022. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2352409X18302001?via%3Dihub>. Acesso em: 15 jan. 2023.

GOMEZ, Sabina Maza. Rum aroma descriptive analysis. Master's Theses 2770. Louisiana State University and Agricultural & Mechanical College, 2002. DOI: [10.31390/gradschool_theses.2770](https://doi.org/10.31390/gradschool_theses.2770). Disponível em: https://digitalcommons.lsu.edu/gradschool_theses/2770/. Acesso em: 10 fev. 2023.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed, Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

CACHAÇA. In: HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles; FRANCO, Francisco Manoel de Mello. Dicionário Houaiss da língua portuguesa. Dicionário Houaiss da língua portuguesa. 2001. p. lxxiii, 2922-lxxiii, 2922.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Agropecuário 2017**. Rio de Janeiro: IBGE, 2017. Disponível em: <https://censoagro2017.ibge.gov.br/>. Acesso em: 13 nov. 2022.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional de Saúde 2019**: pessoas de 18 anos ou mais de idade que costumam consumir bebida alcoólica uma vez ou mais por semana. Rio de Janeiro: IBGE, 2019. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/4400>. Acesso em: 13 nov. 2022.

IBRAC. Instituto Brasileiro da Cachaça. **Mercado Externo**. Instituto Brasileiro da Cachaça. 2021. Disponível em: <https://ibrac.net/servicos/mercado-externo>. Acesso em: 07 de maio de 2022.

IBRAC. Instituto Brasileiro da Cachaça. Valor de exportações de Cachaça em 2022 bate recorde dos últimos doze anos [comunicado à imprensa]. **Instituto Brasileiro da Cachaça**. São Paulo, SP, 2022.

IMA – INSTITUTO MINEIRO DE AGROPECUÁRIA. **Certifica Minas**: Cachaça. [S. l.], 2020. Disponível em: <http://www.ima.mg.gov.br/institucional/publicacoes>. Acesso em: 17 jun. 2022.

INOVA UNICAMP. **Comunicação de empresa spin-off**. Empreendedorismo baseado no conhecimento acadêmico. [S. l.], 2021. Disponível em: <https://www.inova.unicamp.br/spin-off/>. Acesso em: 29 mai.2023.

INOVBEB. **Fórum Cachaça e Aguardente de Cana**. [S. l.]: Inovbev Pesquisa e Desenvolvimento de Bebidas, 8 jul. 2021, 1 vídeo (2h09min). [Webinar]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vc9dFW4T3-Y>. Acesso em: 09 jul.2021.

INOVBEB. Portaria MAPA 539 [S. l.]: Inovbev Pesquisa e Desenvolvimento de Bebidas, 06 jan. 2023, 1 vídeo (1h23min). [Webinar].

INPI. INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Guia básico de indicações geográficas**. Brasília, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/guia-basico>. Acesso em: 17 jun. 2022.

INPI. INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. Certificando a origem: possibilidades de interação entre indicações geográficas e certificação. Patrícia Maria da Silva Barbosa *et al.* (org). Rio de Janeiro: Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), Academia de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento (ACAD), Divisão de Pós-Graduação e Pesquisa, 2017. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/documentos2/docs/Certificando%20a%20Origem-min.pdf>. Acesso em 17 jun. 2022.

INPI. INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. Tabela de retribuições dos serviços prestados do INPI. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/tabelas-de-retribuicao/tabela-ig.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2022.

INPI. INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Pedidos de indicação Geográfica no Brasil**: Andamento dos pedidos. Brasília, 2023. Disponível em <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>. Acesso em: 23 mai. 2023.

INSTITUTO ESTRADA REAL. Coronel Xavier Chaves. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://institutoestradaREAL.com.br/cidades/coronel-xavier-chaves-mg/>. Acesso em: 04 jun. 2022.

INTERNATIONAL BEVERAGE COMPETITIONS. **Home**. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.internationalbeveragecompetitions.com/>. Acesso em: 11 jun. 2022.

INTERNATIONAL SUGARCANE SPIRITS AWARDS. **Home**. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.iss-awards.com/pt-br/awards-regulations/>. Acesso em: 19 jul. 2022.

IPARK. **Home**. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://site.ipark.tur.br/>. Acesso em: 11 jul. 2022.

SILVA JUNIOR, Enilson Lima; DE OLIVEIRA, Jonatas; TRIACA, Livia. Análise da competitividade da cachaça brasileira. **Revista Economia Política do Desenvolvimento**. [S. l.], v. 13, n. 29, 2022. DOI: doi.org/10.28998/repd.v13i29.13454. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/repd/article/view/13454>. Acesso em: 15 jan. 2023.

KARPIK, Lucien. De l'existence et de la portée de l'économie des singularités. **Revue française de sociologie**. [S. l.], v. 49, n. 2, p. 407-421, 2008. DOI: [10.3917/rfs.492.0407](https://doi.org/10.3917/rfs.492.0407). Disponível em: <https://cutt.ly/M8Fd9Bv>. Acesso em: 07 jul. 2022.

KLOSS, Emerson Coraiola. **Transformação do etanol em commodity**: perspectivas para uma ação diplomática brasileira. [online]. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão (FUNAC), 2012. 232 p. Disponível em: <http://funag.gov.br/loja/download/0950-Transformacao-do-Etanol-em-Commodity-corrigido.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2023.

LANDIM, Pedro. Cachaça da Região Serrana do Rio é eleita a melhor do Brasil. **Veja Rio**. [S. l.], 17 mar. 2022. Disponível em: <https://vejario.abril.com.br/comer-e-beber/cachaca-da-regiao-serrana-do-rio-e-eleita-a-melhor-do-brasil/>. Acesso em 10 fev. 2023.

LEÃO, Flávio; FREIRE, Lúcio Gama. **Mucungo, a história da cachaça em Paraty**. Paraty (RJ): Ed. Autor, 2021.

MAIA, Maurício. Cachaça tem terroir? Bem, vamos por partes... **Cúpula da Cachaça**. [S. l.], 2015. Disponível em: <https://www.cupuladacachaca.com.br/cachaca-tem-terroir-bem-vamos-por-partes/>. Acesso em 17 jun. 2022.

MAIA, Maurício. Existe “terroir” para a cachaça. O Cachacier. **Paladar Estadão**. [S. l.], 11 de agosto de 2020 (b). Disponível em: <https://paladar.estadao.com.br/blogs/ocachacier/existe-terroir-para-a-cachaca/>. Acesso em: 16 jun. 2022.

MAIA, Maurício. Sob os olhos do mundo. **Cachaça em revista**: Cúpula da Cachaça. [S. l.], ano VIII, n. 8, p. 31-33, 2020.

MANCINI, Maria Cecilia. Geographical Indications in Latin America Value Chains: A “branding from below” strategy or a mechanism excluding the poorest? *Journal of Rural Studies*, v. 32, p. 295-306, 2013. DOI: doi.org/10.1016/j.jrurstud.2013.07.008. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0743016713000600>. Acesso em 05 jan. 2023.

MAPA DA CACHAÇA. As Diferenças entre Rum e Cachaça. Artigos, Guia dos Cachaceiros. **Mapa da Cachaça**. [S. l.], 01 set. 2019 (a). Disponível em: <https://www.mapadacachaca.com.br/artigos/as-diferencas-entre-rum-e-cachaca/>. Acesso em: 07 jul. 2022.

MAPA da cachaça. Cachaça Tiê Prata Edição Comemorativa 750ml. **Mapa da Cachaça**. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.mapadacachaca.com.br/produto/cachaca-tie-prata-edicao-comemorativa-750ml/>. Acesso em: 05 jan. 2023.

MAPA DA CACHAÇA. Colecionar cachaças: uma necessidade, um hobby, uma paixão. Artigos, guia dos cachaceiros. **Mapa da Cachaça**. [S. l.] 29 de nov. 2021. Disponível em: <https://www.mapadacachaca.com.br/artigos/colecionar-cachacas-uma-necessidade-um-hobby-uma-paixao/>. Acesso em: 05 jan. 2023.

MAPA DA CACHAÇA. O copo Americano é melhor para a cachaça? Artigos, Guia dos Cachaceiros. **Mapa da Cachaça**. [S. l.], 5 mar. 2022. Disponível em: <https://www.mapadacachaca.com.br/artigos/guia-dos-cachaceiros/o-copo-americano-e-melhor-para-cachaca/>. Acesso em: 10 fev. 2023.

MAPA DA CACHAÇA. Os profissionais do mercado da cachaça. Artigo, 24 jun. 2019 (b). Disponível em: <https://www.mapadacachaca.com.br/artigos/os-profissionais-do-mercado-da-cachaca/>. Acesso em: 11 jun. 2022.

MAPA DA CACHAÇA. Produção sustentável de cachaças orgânicas. Artigo, 3 mai. 2019 (c). Disponível em: <https://www.mapadacachaca.com.br/artigos/producao-sustentavel-de-cachacas-organicas/>. Acesso em: 10 jun. 2022.

MAPA. Diretrizes Estratégicas da Cadeia Produtiva da Cachaça (2021 – 2025). Câmara Setorial da Cadeia Produtiva da Cachaça. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 17 dez. 2021. Disponível em: <https://ibrac.net/public/uploads/cartilhas/163977441161bcf8cb5b950.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2023.

MASSARANI *et al.* Confiança na ciência no Brasil em tempos de pandemia. Resumo Executivo. **Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia (INCT-CPCT)**. 2022. Disponível em: https://www.inct-cpct.ufpa.br/wp-content/uploads/2022/12/Resumo_executivo_Confianca_Ciencia_VF_Ascom_5-1.pdf. Acesso em: 09 jan. 2023.

MASSARANI, Luisa Medeiros; ALVES, Juliana Passos. A visão de divulgação científica de José Reis. **Ciência e cultura**. [S. l.], v. 71, n. 1, p. 56-59, 2019. DOI: [dx.doi.org/10.21800/2317-66602019000100015](https://doi.org/10.21800/2317-66602019000100015). Disponível em: http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?pid=S0009-67252019000100015&script=sci_arttext&tlng=es. Acesso em: 05 jan. 2022.

MASSARANI, Luisa. Estado del arte de la divulgación de la ciencia en América Latina. **JCOM – América Latina**. [S. l.], v. 1, n. 1, A01, 2018. DOI: doi.org/10.22323/3.01010201. Disponível em: https://jcomal.sissa.it/archive/01/01/JCOMAL_0101_2018_A01. Acesso em: 05 jan. 2023.

MILANO, Marja Zattoni; CAZELLA, Ademir Antonio. Environmental effects of geographical indications and their influential factors: A review of the empirical evidence. **Current Research in Environmental Sustainability**. [S. l.], v. 3, p. 100096, 2021. DOI: doi.org/10.1016/j.crsust.2021.100096. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S2666049021000724>. Acesso em: 10 fev. 2023.

MOON, Peter. A busca de uma denominação de origem da cachaça. **Agência Fapesp**. [S. l.], 28 de janeiro de 2016. Disponível em: <https://agencia.fapesp.br/a-busca-de-uma-denominacao-de-origem-da-cachaca/22606/>. Acesso em: 07 jul. 2022.

MORAES, Marcos Antonio de *et al.* **Câmara Cascudo e Mário de Andrade**: Cartas, 1924-1944. Editora Global, 2010.

MÜLLER, Dalila; HALLAL, Dalila Rosa; GOMES RAMOS, Maria da Graça; MORALES GARCIA, Tania Elisa. O Despertar do Turismo no Brasil: a década de 1970. **Tourism & Management Studies**. [S. l.], n. 1, p. 692-700, 2011. ISSN: 2182-8458. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=388743867063>. Acesso em: 10 fev. 2023.

NOGUEIRA, Octaciano. Constituições brasileiras: 1824. Coleção Constituições brasileiras, v1, 3. ed. – Brasília: Senado Federal, 2012. Disponível em: https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/137569/Constituicoes_Brasileiras_v1_1824.pdf. Acesso em: 04 jun. 2022.

NOVO, Manoel Agostinho Lima. **A arte do blend na cachaça**. 1. ed. São Paulo, 2020.

NOVO, Manoel Agostinho Lima. **Viagem ao mundo da cachaça**. São Paulo: NewBook, 2011.

O BRASIL NA GARRAFA. Agência de Notícias da Indústria, Portal da Indústria, 31 ago. 2020. Disponível em: <https://noticias.portaldaindustria.com.br/especiais/indicacoes-geograficas-o-brasil-na-garrafa>. Acesso em: 16 jun. 2022.

OIV. INTERNATIONAL ORGANISATION OF VINE AND WINE. **Home**. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.oiv.int/en/>. Acesso em: 22 mar. 2022.

OLIVEIRA, Marcos. A Cachaça revelada. **Revista Pesquisa Fapesp**. [S. l.], ed. 128, out. 2006. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/a-cachaca-revelada/>. Acesso em: 15 jan. 2023.

ORGANIS. Sua Excelência, o Consumidor, falou. Quem tem juízo vai ouvir. **Organis**. [S. l.], 2021. Disponível em: <https://organis.org.br/pesquisa-consumidor-organico-2021/>. Acesso em: 16 jul. 2021.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. 13. ed. Campinas, SP: Pontes, 2020.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional** [1985]. São Paulo: Brasiliense, 2006.

PALAZI, Ana Paula. A história da Laranjinha Celeste. Artigos, Direto do Alambique. **Mapa da Cachaça**. 8 fevereiro 2022. Disponível em: <https://www.mapadacachaca.com.br/artigos/a-historia-da-laranjinha-celeste/>. Acesso em: 10 fev. 2023.

PALAZI, Ana Paula. As madeiras brasileiras muito além da cachaça. Artigos, Guia dos Cachaceiros. **Mapa da Cachaça**. 15 abril 2020c. Disponível em: <https://www.mapadacachaca.com.br/artigos/as-madeiras-brasileiras-muito-alem-da-cachaca/>. Acesso em: 15 jan. 2023.

PALAZI, Ana Paula. Cachaça Magnífica: a história da cachaça produzida no Vale do Café fluminense. Artigos, Diretor do Alambique. **Mapa da Cachaça**. [S. l.], 17 agosto 2021 (b). Disponível em: <https://www.mapadacachaca.com.br/artigos/magnifica-a-historia-de-uma-das-maiores-cachacas-fluminenses/>. Acesso em: 07 jul. 2022.

PALAZI, Ana Paula. Dobradinha no alambique: a produção de gin em tradicionais alambiques de cachaça. Artigos. **Mapa da Cachaça**. [S. l.], 16 abril 2020b. Disponível em: <https://www.mapadacachaca.com.br/artigos/dobradinha-no-alambique-a-producao-de-gin-em-tradicionais-alambiques-de-cachaca/>. Acesso em: 10 dez. 2022.

PALAZI, Ana Paula. Engenho Boa Vista engarrafa história, em Coronel Xavier Chaves (MG). São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.mapadacachaca.com.br/artigos/engenho-boa-vista-engarrafa-historia-em-coronel-xavier-chaves-mg/>. Acesso em: 04 jun. 2022.

PALAZI, Ana Paula. Mulheres, paróis e um mercador: os 100 anos da cachaça Colombina. Artigos, Direto do Alambique. **Mapa da Cachaça**. [S. l.], 4 janeiro 2021 (d). Disponível em: <https://www.mapadacachaca.com.br/artigos/mulheres-parois-e-um-mercador-os-100-anos-da-cachaca-colombina/>. Acesso em: 29 dez. 2022.

PALAZI, Ana Paula. O que muda com a nova normativa da Cachaça? Artigos, Direto do Alambique. **Mapa da Cachaça**. [S. l.], 6 julho 2021 (c). Disponível em: <https://www.mapadacachaca.com.br/artigos/o-que-muda-com-a-nova-normativa-da-cachaca/>. Acesso em: 05 jan. 2023.

PALAZI, Ana Paula. Pesquisa percepção da cachaça. Planilha reúne resultados da pesquisa de opinião aplicada a apreciadores de cachaça. **Repositório de Dados de Pesquisa da Unicamp**. Campinas, 2023. Doi: 10.25824/redu/Y88H6G. MS Excel (XLSX). Disponível em: <https://redu.unicamp.br/file.xhtml?persistentId=doi:10.25824/redu/Y88H6G>. Acesso em: 15 mar. 2023.

PALAZI, Ana Paula. Weber Haus e a construção do perfil da cachaça gaúcha. Artigos, Direto do Alambique. **Mapa da Cachaça**. 17 novembro 2021 (a). Disponível em: <https://www.mapadacachaca.com.br/artigos/weber-haus-e-a-construcao-do-perfil-da-cachaca-gaucha/>. Acesso em: 07 jul. 2022.

PAROISSIEN, Emmanuel; VISSER, Michael. The Causal Impact of Medals on Wine Producers' Prices and the Gains from Participating in Contests. **American Journal of Agricultural Economics**. [S. l.], v. 102, n. 4, p. 1135-1153, 2020. DOI: 10.1002/ajae.12037. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/ajae.12037>. Acesso em: 10 fev. 2023.

PEREIRA, Mauricio Alves de Souza. **O léxico da cachaça em Salinas-MG**. 2021. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Letras, 2021. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1843/35419>. Acesso em: 15 jan. 2023.

PETKOVA, Diana. The concept of national identity revisited. Aspects of Intercultural Dialogue. **Theory Research Applications**. Ed. by Nancy Aalto and Ewald Reuter. Cologne: SAXA, p. 255-269, 2006.

PINTO, Luís Maria da Silva. **Dicionário da língua brasileira**. Ouro Preto, Typographia de Silva, 1832.

PITTA, Fábio Teixeira; LEITE, Ana Carolina Gonçalves; KLUCK, Erick Gabriel Jones. O Boom e o estouro da bolha das commodities no século XXI e a agroindústria canavieira brasileira: Da mobilização à crise do trabalho. **REVISTA NERA**. [S. l.], n. 51, p. 41–63, 2020. DOI: 10.47946/rnera.v0i51.6905. Disponível em: <https://revista.fct.unesp.br/index.php/nera/article/view/6905>. Acesso em: 5 fev. 2023.

PORTUGAL, Cauré B.; SILVA, Arthur Paron de; BORTOLETTO, Aline M.; ALCARDE, André R. How native yeasts may influence the chemical profile of the Brazilian spirit, cachaça?. **Food Research International**. [S. l.], v. 91, p. 18-25, 2017. DOI: doi.org/10.1016/j.foodres.2016.11.022. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0963996916305555>. Acesso em: 5 fev. 2023.

PREFEITURA DE SALINAS. Museu da cachaça. Salinas, 2022. Disponível em: <https://www.salinas.mg.gov.br/portal/turismo/0/9/716/museu-da-cachaca>. Acesso em: 09 ago. 2022.

PROGRAMA quer mudar imagem da Cachaça. **Folha de S. Paulo**. São Paulo, ano 77, nº 24.996, 5º caderno, p. 4, 09 set. 1997. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/agrofolh/fa090909.htm>. Acesso em: 07 jul. 2022.

PRUDENCIO, Sandra Cerqueira Pereira. **As denominações de cachaça: um estudo dialetológico, etnolinguístico e semântico cognitivo**. Tese (Doutorado em Língua e Cultura) – Universidade Federal de Bahia, Instituto de Letras, Salvador, 2021. Disponível em: <https://ppglinc.ufba.br/pt-br/denominacoes-de-cachaca-um-estudo-dialetologico-etnolinguistico-e-semantico-cognitivo>. Acesso em: 10 fev. 2023.

QUEIROZ, Fabiana Ilka de; PEREIRA, Tarcia Magley da Fonseca; FRANCO, Juliana Bianca Maia; NODARI, Cristine Hermann. Expansion of geographical indications to boost the development of brazilian cachaça. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 10, n. 12, p. e323101220682, 2021. DOI: 10.33448/rsd-v10i12.20682. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/20682>. Acesso em: 12 fev. 2023.

RIBEIRO, José Carlos. **Cachaça de Alambique: histórico, evolução, perspectivas do setor e ponderações sobre projetos**. Cana Brasil, Belo Horizonte: Memorabilis, 2021.

RODRIGUES, Gelze Serrat de Souza Campos; ROSS, Jurandyr Luciano Sanches. **A trajetória da cana-de-açúcar no Brasil [recurso eletrônico]:** perspectivas geográfica, histórica e ambiental. Uberlândia: EDUFU, 2020. DOI 10.14393/EDUFU/978-65-86084-00-9. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/29699>. Acesso em: 29 dez. 2022.

ROQUE DALLABRIDA, Valdir; CABRITA MENDONÇA COVAS, Maria das Mercês; ALHINHO COVAS, António Manuel. Inovação, desenvolvimento e espaço urbano: uma relação necessária mas não suficiente. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais (RBEUR)**. [S. l.], v. 19, n. 2, p. 360-378, 2017. ISSN: 1517-4115. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=513954272010>. Acesso em: 10 fev. 2023.

SANSONE, Livio. **Memórias da África:** patrimônios, museus e políticas das identidades. Edufba, 2012.

SÃO PAULO. Secretário de Agricultura e Abastecimento. Secretaria de Agricultura e Abastecimento faz lançamento do livro Cachaça SP em Pirassununga. **Assessoria de Comunicação**. [S. l.], 23 jun. 2022. Disponível em: <https://www.agricultura.sp.gov.br/en/b/secretario-de-agricultura-e-abastecimento-faz-lancamento-do-livro-cachaca-sp-em-pirassununga>. Acesso em: 07 de jul. 2022.

SCHLESENER, Anita Helena, MASSON, Gisele e SUBTIL, Maria José Dozza (org.). **Marxismo(s) & educação** [online]. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2016. 270p. Disponível em: <https://static.scielo.org/scielobooks/n7ckq/pdf/schlesener-9788577982110.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2023.

SEABRA, Maria Cândida Trindade Costa. Cachaça: cultura, origem, variações. **Estudos linguísticos e literários**. Salvador, n. 52, p. 3-26, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/estudos/article/view/15461/10745>. Acesso em: 10 fev. 2023.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Produção de cachaça no Brasil ainda tem muito potencial econômico**. Mercado e Vendas. 01 abr. 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/producao-de-cachaca-no-brasil-ainda-tem-muito-potencial-economico,578ed967936ef710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 17 jun. 2022.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Jovens são menos de 7% dos empreendedores no Brasil e os que mais lutam contra o desemprego. **Agência Sebrae de Notícias**. Brasília, Distrito Federal: SEBRAE, 2021. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/arquivo/jovens-sao-menos-de-7-dos-empreendedores-no-brasil-e-os-que-mais-lutam-contra-o-desemprego/>. Acesso em: 13 nov. 2022.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Indicações geográficas brasileiras: cachaça**. Hulda Oliveira Giesbrecht e Raquel Beatriz Almeida de Minas (Coordenadoras). Brasília: Sebrae, INPI, 2016.

SEBRAE. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais. **Como legalizar sua produção de cachaça**. Sebrae Minas, 2020. Disponível em: <https://www.anpaq.com.br/images/cartilhasebrae.pdf>. Acesso em 10 fev.2021.

SENNA, Nelson de. Nótulas sobre a toponymia geographica (de origem brasilico-americana ou indígena e de brasilico-africana) em Minas Geraes. **Revista do Arquivo Público Mineiro**. Belo Horizonte, v. 20, p. 191-337, 1934.

SERAFIM, Felipe Augusto Thobias; PEREIRA-FILHO, Edenir R.; FRANCO, Douglas Wagner. Chemical data as markers of the geographical origins of sugarcane spirits. **Food Chemistry**. [S. l.], v. 196, p. 196-203, 2016. DOI: doi.org/10.1016/j.foodchem.2015.09.040. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0308814615013837>. Acesso em: 15 jan. 2023.

SILVA, Antonio de Moraes. Bluteau, Rafael. Dicionário da língua portuguesa composto pelo padre D. Rafael Bluteau, reformado, e acrescentado por Antonio de Moraes Silva natural do Rio de Janeiro. 1. ed. Lisboa, Simão Tadeu Ferreira, MDCCLXXXIX [1789]. 2v.: v. 1: xxii, 752 p.; v. 2: 541 p, 1823.

SILVA, Djanilson Amorim da. **Antropologia da cachaça**: um estudo sobre produção, circulação e consumo do destilado brasileiro. 2019, 242 f. Tese (Doutorado em Antropologia) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/33763>. Acesso em: 15 jan. 2023.

SILVA, Juliana Sales; MELO, Vicente Francisco Sales; DA SILVA MELO, Sônia Rebouças. Selo de certificação de produto orgânico: o consumidor se importa?. **Revista Alcance**. [S. l.], v. 23, n. 4, p. 513-528, 2016. Disponível em: <https://periodicos.univali.br/index.php/ra/article/view/9639>. Acesso em: 07 jul. 2022.

SILVA, Valquíria Ferreira da. **De Cabeça de porco à ebida de negro**: Um estudo sobre a produção e o consumo de aguardente nas Minas Gerais no século XVIII. 2015, 247 f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Minas Gerais, 2015. Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/BUBD-A34MQF?locale=pt_BR. Acesso em: 10 fev. 2023.

SIMBBEB. SIMPÓSIO BRASILEIRO DE BEBIDAS FERMENTADAS E DESTILADAS: INOVAÇÕES, CONCEITOS E PRÁTICAS. 2., 2022. **Anais [...]**. ISBN: 978-65-88884-23-2. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://editoraime.com.br/site/wp-content/uploads/2022/06/ebook-simbbbeb.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2023.

SOUZA, Leandro Marelli de; ALCARDE, André Ricardo. LIMA, Fabio Vaz de; BORTOLETTO, Aline Marques. **Produção de Cachaça de Qualidade**. 1 ed. Piracicaba: ESALQ/USP, 2013. 72 p.

SPIRITS selection. About Spirits Selection. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://spiritsselection.com/en/about-spirits-selection/>. Acesso em: 26 set. 2022.

STORCH, Júlia. Cachaça paulista é eleita a melhor do mundo em concurso internacional. **Exame**. [S. l.], 22 mar. 2022. Disponível em: <https://exame.com/casual/cachaca-paulista-e-eleita-a-melhor-do-mundo-em-concurso-internacional/>. Acesso em: 07 jul. 2022.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. 2 ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TRINDADE, Alessandra Garcia. **Cachaça, um amor brasileiro**. [S. l.]: Melhoramentos, 2006.

VALENTE, Maria Emília Rodrigues *et al.* Indicação geográfica e qualidade de cachaças segundo a percepção de apreciadores da bebida. **Research, Society and Development**. [S. l.], v. 9, n. 10, p. e2989108365-e2989108365, 2020. DOI: 10.33448/rsd-v9i10.8365. Disponível em: <https://cutt.ly/P8FgZ5L>. Acesso em: 13 nov. 2022.

VASCONCELOS, Yuri. Cachaça sem mistério. **Revista Pesquisa Fapesp**. [S. l.], edição 87, mai. 2003. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/cachaca-sem-misterio/>. Acesso em: 15 jan. 2023.

VICENZI, Marlos Schuk; CARVALHO, José Márcio; THOMÉ, Karim Marini; MEDEIROS, Janann Joslin. Instituições de proteção da indicação geográfica (IG) no mercado internacional: o caso da tequila e os desafios para a cachaça. **Organizações Rurais & Agroindustriais**. [S. l.], v. 16, n. 1, 2014. Disponível em: <https://cutt.ly/i8Fgrb2>. Acesso em: 16 jul. 2022.

VIEIRA, Adriana Carvalho Pinto; LOURENZANI, Ana Elisa Bressan Smith; BRUCH, Kelly Lissandra; LOCATELLI, Liliana; GASPAR, Ludimila Cesar Moura. (org.). **Indicações Geográficas, signos coletivos e desenvolvimento local/regional**. [S. l.], v. 2. Erechim: Editora Deviant, 2019.

VILELA, Anderson Ferreira. **Estudo da produção e da qualidade das cachaças paraibanas de acordo com o Programa Nacional de Certificação da Cachaça**. 2019. 112 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Processos) – Pós-Graduação em Engenharia de Processos, Centro de Ciências e Tecnologia, Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, Brasil, 2019. Disponível em: <https://cutt.ly/38Ff04s>. Acesso em: 15 jan. 2023.

VITORINO SAMPAIO, I. S. A sociologia dos bens simbólicos e a teoria do mercado linguístico de Pierre Bourdieu. **Temáticas**. Campinas, SP, v. 1, n. 1, p. 189–227, 1993. DOI: 10.20396/tematicas.v1i1/2.11215. Disponível em: <https://cutt.ly/38FfCz7>. Acesso em: 16 jul. 2022.

VOGT, Carlos. A espiral da cultura científica. **ComCiência**: revista eletrônica de jornalismo científico. [S. l.], v. 45, 2003.

VOGT, Carlos; MORALES, Ana Paula. Cultura Científica. **ComCiência**. Editorial, Dossiê 197. 20 mar. 2018. Disponível em: <https://cutt.ly/u8FfPQu>. Acesso em: 05 jan.2023.

WHF. WORLD HEART FEDERATION. The impact of alcohol consumption on cardiovascular health: myths and measures. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://world-heart-federation.org/wp-content/uploads/WHF-Policy-Brief-Alcohol.pdf>. Acesso em: 19 abr. 2022.

WIPO. WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. **Criando uma marca**. Uma introdução às marcas para pequenas e médias empresas. Série Propriedade Intelectual para Empresas, n. 1, Suíça: WIPO: 2019. Publicação nº 900.1 da OMPI. ISBN 978-92-805-3063-6. Disponível em: <https://cutt.ly/K8FdGAd>. Acesso em: 04 jun. 2022.

WIPO. WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. **Geographical Indications: an introduction**, 2nd edition, 2021. Disponível em: <https://cutt.ly/U8FdVqn>. Acesso em: 04 jun. 2022.

ANEXO A – Intervalo de confiança e margem de erro

O presente relatório teve como objetivo calcular a proporção de respostas e seu intervalo de confiança de consumidores, produtores e especialistas sobre o mercado da cachaça. O banco de dados teve como observação: 208 respondentes consumidores de cachaça, 28 produtores de cachaça e 21 especialistas em cachaça.

Quadro 1 – A cachaça é uma bebida tradicional brasileira.

Categoria	Respostas	Frequência	Erro	Min.	Máx.
Consumidor de cachaça	Concordo	97.12	2.27	94.85	99.39
	Discordo	2.40	2.08	0.32	4.48
	Não sei	0.48	0.94	0.00	1.42
Especialista em cachaça	Concordo	100.00	0.00	100.00	100.00
Produtor de cachaça	Concordo	96.43	6,87	89.56	100.00
	Discordo	3.57	6.87	0.00	10.44

Fonte: produção da autora, 2022.

Quadro 2 – A cachaça representa a cultura e o povo brasileiro

Categoria	Respostas	Frequência	Erro	Min.	Máx.
Consumidor de cachaça	Concordo	93.75	3.29	90.46	97.04
	Discordo	1.92	1.86	0.06	3.78
	Não sei	0.48	0.94	0.00	1.42
	Neutro	3.85	2.61	1.24	6.46
Especialista em cachaça	Concordo	100.00	0.00	100.00	100.00
Produtor de cachaça	Concordo	96.43	6,87	89.56	100.00
	Discordo	3.57	6.87	0.00	10.44

Fonte: produção da autora, 2022.

Quadro 3 – A qualidade da cachaça tem melhorado

Categoria	Respostas	Frequência	Erro	Min.	Máx.
Consumidor de cachaça	Concordo	90.87	3.91	86.96	94.78
	Discordo	3.57	2.45	0.92	5.82
	Não sei	3.85	2.61	1.24	6.46
	Neutro	1.92	1.86	0.06	3,78
Especialista em cachaça	Concordo	100.00	0.00	100.00	100.00
Produtor de cachaça	Concordo	96.43	6,87	89.56	100.00
	Discordo	3.57	6.87	0.00	10.44

Fonte: produção da autora, 2022.

Quadro 4 – Qualidade comparável à de destilados importados

Categoria	Respostas	Frequência	Erro	Min.	Máx.
Consumidor de cachaça	Concordo	92.31	3.62	88.69	95.93
	Discordo	3.85	2.61	1.24	6.46
	Não sei	1.44	1.62	0.00	3.06
	Neutro	2.40	2.08	0.32	4.48
Especialista em cachaça	Concordo	100.00	0.00	100.00	100.00
Produtor de cachaça	Concordo	92.86	9.54	83.32	100.00
	Discordo	3.57	6.87	0.00	10.44
	Neutro	3.57	6.87	0.00	10.44

Fonte: produção da autora, 2022.

Quadro 5 – Existe tecnologia e inovação na produção de cachaça

Categoria	Respostas	Frequência	Erro	Min.	Máx.
Consumidor de cachaça	Concordo	89.90	4.10	85.80	94.00
	Discordo	2.40	2.08	0.32	4.48
	Não sei	4.81	2.91	1.90	7.72
	Neutro	2.88	2.27	0.61	5.15
Especialista em cachaça	Concordo	95.24	9.11	86.13	100.00
	Discordo	4.76	9.11	0.00	13.87
Produtor de cachaça	Concordo	89.29	11.45	77.84	100.00
	Discordo	10.71	11.45	0.00	22.16

Fonte: produção da autora, 2022.

Quadro 6 – As pessoas compreendem os processos que conferem qualidade se bem explicados

Categoria	Respostas	Frequência	Erro	Min.	Máx.
Consumidor de cachaça	Concordo	85.58	4.77	80.81	90.35
	Discordo	9.62	4.01	5.61	13.63
	Não sei	1.44	1.62	0.00	3.06
	Neutro	3.37	2.45	0.92	5.82
Especialista em cachaça	Concordo	85.71	14.97	70.74	100.00
	Discordo	9.52	12.55	0.00	22.07
	Neutro	4.76	9.11	0.00	13.87
Produtor de cachaça	Concordo	82.14	14.19	67.95	96.33
	Discordo	14.29	12.96	1.33	27.25
	Neutro	3.57	6.87	0.00	10.44

Fonte: produção da autora, 2022.

Quadro 7 – Deveria existir mais pesquisas relacionadas com cachaça

Categoria	Respostas	Frequência	Erro	Min.	Máx.
Consumidor de cachaça	Concordo	84.13	4.97	79.16	89.10
	Discordo	4.33	2.77	1.56	7.10
	Não sei	4.81	2.91	1.90	7.72
	Neutro	6.73	3.40	3.33	10.13
Especialista em cachaça	Concordo	95.24	9.11	86.13	100.00
	Neutro	4.76	9.11	0.00	13.87
Produtor de cachaça	Concordo	85.71	12.96	72.75	98.67
	Discordo	7.14	9.54	0.00	16.68
	Neutro	7.14	9.54	0.00	16.68

Fonte: produção da autora, 2022.

Quadro 8 – A aceitação seria diferente se as pessoas entendessem melhor os processos que conferem qualidade

Categoria	Respostas	Frequência	Erro	Min.	Máx.
Consumidor de cachaça	Concordo	82.69	5.14	77.55	87.83
	Discordo	6.25	3.29	2.96	9.54
	Não sei	1.44	1.62	0.00	3.06
	Neutro	9.62	4.01	5.61	13.63
Especialista em cachaça	Concordo	100.00	0.00	100.00	100.00
Produtor de cachaça	Concordo	82.14	14.19	67.95	96.33
	Discordo	7.14	9.54	0.00	16.68
	Neutro	10.71	11.45	0.00	22.16

Fonte: produção da autora, 2022

Quadro 9 – Pesquisas melhoram a qualidade da cachaça

Categoria	Respostas	Frequência	Erro	Min.	Máx.
Consumidor de cachaça	Concordo	92.27	3.64	88.63	95.91
	Discordo	1.93	1.87	0.06	3.80
	Não sei	4.35	2.78	1.57	7.13
	Neutro	1.45	1.63	0.00	3.08
Especialista em cachaça	Concordo	100.00	0.00	100.00	100.00
Produtor de cachaça	Concordo	92.86	9.54	83.32	100.00
	Discordo	7.14	9.54	0.00	16.68
	Neutro	92.27	3.64	88.63	95.91

Fonte: produção da autora, 2022.

Quadro 10 – Pesquisas favorecem apenas grandes produtores

Categoria	Respostas	Frequência	Erro	Min.	Máx.
Consumidor de cachaça	Concordo	44.66	6.79	37.87	51.45
	Discordo	38.35	6.64	31.71	44.99
	Não sei	7.28	3.55	3.73	10.83
	Neutro	9.71	4.04	5.67	13.75
Especialista em cachaça	Concordo	23.81	18.22	5.59	42.03
	Discordo	66.67	20.16	46.51	86.83
	Neutro	9.52	12.55	0.00	22.07
Produtor de cachaça	Concordo	33.33	17.78	15.55	51.11
	Discordo	55.56	18.74	36.82	74.30

	Não sei	3.70	7.12	0.00	10.82
	Neutro	7.41	9.88	0.00	17.29

Fonte: produção da autora, 2022.

Quadro 11 – Pesquisas precisam de maior divulgação

Categoria	Respostas	Frequência	Erro	Min.	Máx.
Consumidor de cachaça	Concordo	82.21	5.20	77.01	87.41
	Discordo	6.25	3.29	2.96	9.54
	Não sei	6.25	3.29	2.96	9.54
	Neutro	5.29	3.04	2.25	8.33
Especialista em cachaça	Concordo	90.48	12.55	77.93	100.00
	Discordo	9.52	12.55	0.00	22.07
Produtor de cachaça	Concordo	78.57	15.20	63.37	93.77
	Discordo	17.86	14.19	3.67	32.05
	Não sei	3.57	6.87	0.00	10.44

Fonte: produção da autora, 2022.

Quadro 12 – Pesquisas prejudicam cultura da cachaça

Categoria	Respostas	Frequência	Erro	Min.	Máx.
Consumidor de cachaça	Concordo	19.32	5.38	13.94	24.70
	Discordo	63.29	6.57	56.72	69.86
	Não sei	7.73	3.64	4.09	11.37
	Neutro	9.66	4.02	5.64	13.68
Especialista em cachaça	Concordo	14.29	14.97	0.00	29.26
	Discordo	80.95	16.80	64.15	97.75
	Neutro	4.76	9.11	0.00	13.87
Produtor de cachaça	Concordo	25.93	16.53	9.40	42.46
	Discordo	66.67	17.78	48.89	84.45
	Não sei	3.70	7.12	0.00	10.82
	Neutro	3.70	7.12	0.00	10.82

Fonte: produção da autora, 2022.

ANEXO B – Formulário aplicado na pesquisa

Percepção pública e especializada da cachaça

Você está sendo convidado(a) para participar de uma pesquisa científica que aborda questões referentes à percepção das pessoas diante de informações contidas em rótulos e publicações sobre cachaça. Sua identidade e dados serão mantidos em sigilo. Suas respostas serão usadas apenas para os fins do estudo. Há 30 perguntas de múltipla escolha gerais e específicas sobre indicadores de qualidade e comunicação da cachaça e outras 3 que permitem respostas por escrito. Ao final, tem sete questões para classificação do respondente (idade, sexo, raça, renda e região). Sua participação é muito importante, no entanto, é voluntária. Se você decidir não continuar ou quiser desistir a qualquer momento, tem absoluta liberdade de fazê-lo, sem qualquer prejuízo. O tempo estimado para completar o questionário é de vinte minutos. Para participar você precisa ter 18 anos ou mais. Este questionário faz parte de uma pesquisa em andamento na Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Qualquer dúvida ou sugestão envie pelo e-mail anapaulapalazi@gmail.com Atenciosamente, Ana Paula Palazi Jornalista e mestranda em Divulgação Científica e Cultural (IEL/Labjor).

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Por favor, clique no link e leia com atenção e calma, aproveitando para esclarecer suas dúvidas. Se houver perguntas antes ou mesmo depois de assiná-lo, você poderá esclarecê-las com os pesquisadores. Se preferir, pode imprimir este Termo ou abrir em outro momento para consultar seus familiares ou outras pessoas antes de decidir.

Produtores de cachaça: <https://drive.google.com/file/d/190QVxXhvDTdEVgHjcvqO-XCCQH7c9xcM/view>

Especialistas e consumidores de cachaça: <https://drive.google.com/file/d/1mv7eHHYWGSir8yS9UpkvcWFkf5t17yXP/view?usp=sharing>

Consentimento livre e esclarecido

Após ter recebido esclarecimentos sobre a natureza da pesquisa, seus objetivos, métodos, benefícios previstos, potenciais riscos e o incômodo que esta possa acarretar:

- Tenho mais de 18 anos e aceito participar.
- Discordo e não quero participar da pesquisa.

Tiveram experiências negativas	<input type="checkbox"/>					
É uma bebida barata e de qualidade duvidosa	<input type="checkbox"/>					
Não experimentaram a cachaça ideal para o paladar delas	<input type="checkbox"/>					
Não podem consumir bebidas alcoólicas	<input type="checkbox"/>					
Têm dificuldade de diferenciar padrões de qualidade	<input type="checkbox"/>					
Têm uma imagem errada sobre a qualidade da cachaça	<input type="checkbox"/>					

Onde você costuma buscar informações sobre cachaça?

- Sites institucionais (IBRAC, ANPAQ, Associações estaduais e regionais)
- Sites governamentais (Ministério da Agricultura e outros)
- Sites especializados (Mapa da Cachaça, Devotos da Cachaça, outros)
- Notícias em jornais, revistas, rádio, TV e sites jornalísticos
- Artigos e publicações científicas
- Redes sociais (Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter e outros)
- Vídeos e transmissões no YouTube
- Podcasts
- Rótulos de cachaça
- Com contatos e grupos de WhatsApp
- Eu não costumo buscar informações sobre cachaça
- Outros

qualidade do destilado nacional						
Favorecem apenas grandes empresas produtoras de cachaça	<input type="checkbox"/>					
Precisam de maior divulgação para atingir mais produtores de cachaça	<input type="checkbox"/>					
Prejudica, a preservação da cultura centenária da cachaça	<input type="checkbox"/>					

Qual sua opinião sobre as seguintes afirmações:

	Discordo totalmente	Discordo em parte	Não concordo nem discordo	Concordo em parte	Concordo totalmente	Não sei
Deveria existir mais pesquisas científicas relacionadas com cachaça	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A aceitação da cachaça seria diferente se as pessoas entendessem mais sobre os processos produtivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Para você, a cachaça representa bem o povo brasileiro e a identidade cultural do Brasil?

- Sim, considero
- Não considero
- Considero em parte
- Não sei responder

Para você, o quão importante são as informações abaixo para indicar a qualidade de uma cachaça?

Só beneficia poucas marcas e produtores	<input type="checkbox"/>						
---	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Não apresenta claramente os critérios de seleção das cachaças

Tem o poder de influenciar a percepção (positiva ou negativa) que as pessoas têm da cachaça

Que tipo de conteúdo sente falta ou gostaria que tivesse sobre a cachaça?

- Histórico
- De curiosidades
- Sobre o processo produtivo
- Sobre o processo de envelhecimento
- Sobre a legislação para cachaça
- Sobre misturas e blends
- Sobre drinks e coquetéis
- Sobre avanços tecnológicos
- Sobre o perfil dos produtores
- Sobre análise sensorial e degustação
- Outro _____

Se você marcou outros, indique que conteúdo gostaria de saber mais?

Qual seu sexo?

- Feminino
- Masculino

Prefiro não declarar

Quantos anos você tem? (idade)

18 a 24

25 a 34

35 a 44

45 a 54

55 a 64

mais de 65

Cor ou raça. Como você se declara?

Amarela

Branca

Parda

Preta

Indígena

Em qual região do país você reside atualmente?

Norte

Nordeste

Centro-Oeste

Sudeste

Sul

Resido fora do Brasil

Qual a sua escolaridade?

Ensino Fundamental

- Ensino Médio
- Ensino Superior ou Tecnológico
- Pós-Graduação (Especialização, Mestrado ou Doutorado)
- Não frequentei escola

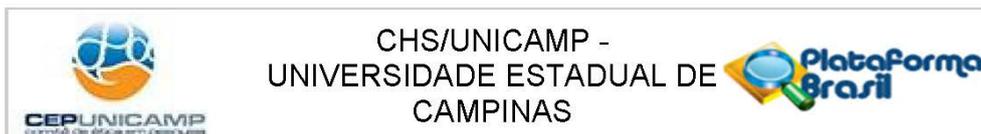
Se você tem ensino superior, tecnológico ou pós-graduação, qual sua área de formação?

- Ciências Exatas e da Terra
- Ciências Biológicas
- Engenharias
- Ciências da Saúde
- Ciências Agrárias
- Ciências Sociais
- Ciências Humanas
- Linguística, Letras e Artes

Qual é a sua renda familiar mensal? (Considerando o salário mínimo atual: R\$1.100,00)

- Até 2 salários mínimos (R\$ 2.200,00)
- De 2 a 4 salários mínimos (R\$ 2.200,01 a R\$ 4.400,00)
- De 4 a 6 salários mínimo (R\$ 4.400,01 a R\$ 6.600,00)
- De 6 a 8 salários mínimo (R\$ 6.600,01 a R\$ 8.800,00)
- De 8 a 10 salários mínimo (R\$ 8.800,01 a R\$ 11.000,00)
- Acima de 10 salários mínimos (a partir de R\$ 11.000,01)

ANEXO C – Parecer do Comitê de Ética em Pesquisa



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: PERCEPÇÃO PÚBLICA E ESPECIALIZADA DA CACHAÇA A PARTIR DE GUIAS, RANKINGS, RÓTULOS E SELOS DE QUALIDADE

Pesquisador: Ana Paula Palazi

Área Temática:

Versão: 1

CAAE: 53196721.0.0000.8142

Instituição Proponente: Instituto de Estudos da Linguagem

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 5.135.294

Apresentação do Projeto:

INFORMAÇÕES FORNECIDAS PELA EQUIPE DE PESQUISA VIA PLATAFORMA BRASIL

No contexto histórico, a cachaça é um destilado de grande apelo nacional, descrita como um símbolo da identidade brasileira. Ela está presente na economia e nos costumes nacionais desde a colonização do Brasil. Nascida antes do aparecimento da tequila mexicana, do pisco peruano e do rum caribenho. Até pouco tempo, era considerada como o destilado mais antigo das Américas. Porém, a imagem negativa dos efeitos causados pelo abuso do álcool e relacionadas a processos seculares socioculturais e político-econômicos impactam negativamente a cachaça. O objetivo desta pesquisa é levantar informações para uma melhor compreensão sobre a percepção pública e especializada da cachaça a partir de selos, guias, rankings e rótulos como indicadores de qualidade. A aplicação da pesquisa será feita pela internet, de forma virtual e assíncrona a partir de um questionário semi-estruturado contendo 30 perguntas. A metodologia foi escolhida devido ao baixo custo, larga escala e rapidez conferidos pelo uso de surveys on-line. O objetivo é traçar o perfil a partir de produtores de cachaça, pessoas envolvidas no setor, especialistas ou consumidores do destilado. A expectativa é fazer o levantamento de todos os 955 produtores de cachaça cadastrados nas 25 regiões mapeadas pelo anuário "A Cachaça no Brasil: Dados de registro de Cachaças e Aguardentes" (2021), do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e atingir todas as pessoas interessadas em cachaça que existem no

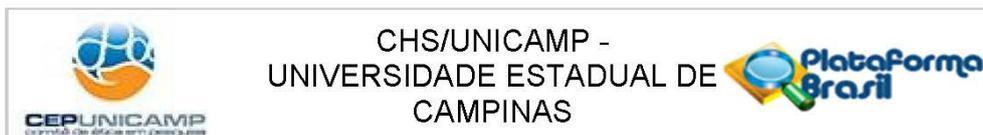
Endereço: Av. Bertrand Russell, 801, 2º Piso, Bloco C, Sala 5, Campinas-SP, Brasil.

Bairro: Cidade Universitária "Zeferino Vaz" **CEP:** 13.083-865

UF: SP **Município:** CAMPINAS

Telefone: (19)3521-6836

E-mail: cepchs@unicamp.br



Continuação do Parecer: 5.135.294

cadastro do site especializado Mapa da Cachaça.

Critério de Inclusão:

O participante de pesquisa precisa ter mais de 18 anos; concordar com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido; indicar sua vontade de participação no estudo; responder às perguntas do questionário online; fornecer dados que possam ser verificados posteriormente, respeitando o sigilo e a confidencialidade da fonte a pessoas que não façam parte da equipe de pesquisa; ser produtor de cachaça, consumidor de cachaça, especialista em cachaça ou estar envolvido, de alguma forma, com o setor produtivo da cachaça e se enquadrar no cenário da amostra.

Critério de Exclusão:

O participante de pesquisa ter menos de 18 anos; fornecer informações comprovadamente falsas ou que indiquem que não se sente confortável com a solicitação de dados pessoais; não ser produtor de cachaça, consumidor de cachaça, especialista em cachaça ou não estar envolvido, de alguma forma, com o setor produtivo da cachaça; discordar de algum dos termos da pesquisa apresentados no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido; indicar sua vontade de não participação da pesquisa ou retirar, a qualquer momento, o consentimento para participação.

Objetivo da Pesquisa:

INFORMAÇÕES FORNECIDAS PELA EQUIPE DE PESQUISA VIA PLATAFORMA BRASIL

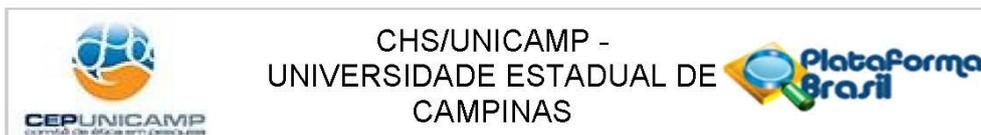
Identificar a proporção de produtores de cachaça que atribuem importância a selos e certificações como indicadores de qualidade do destilado no Brasil.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Segundo a equipe de pesquisa "Os riscos associados a esta pesquisa são considerados baixos. O participante poderá sentir algum cansaço, desconforto, constrangimento ou aborrecimento ao responder ao questionário online; Medo, estresse ou vergonha de não saber responder ou de ser identificado. A privacidade e a confidencialidade dos dados será garantida diante do que a tecnologia permite, sendo tomadas todas as precauções para evitar vazamentos. Os resultados gerais dessa pesquisa científica, garantido o anonimato, também poderão ser usados em outros estudos e publicações sem prévia autorização dos participantes individuais de pesquisa."

Também é informado que "Os benefícios potenciais da pesquisa incluem ganhos no levantamento de informações e na produção de conhecimento científico que estimulem a compreensão e a

Endereço: Av. Bertrand Russell, 801, 2º Piso, Bloco C, Sala 5, Campinas-SP, Brasil.
Bairro: Cidade Universitária "Zeferino Vaz" **CEP:** 13.083-865
UF: SP **Município:** CAMPINAS
Telefone: (19)3521-6836 **E-mail:** cepchs@unicamp.br



Continuação do Parecer: 5.135.294

construção de novas hipóteses para o avanço do entendimento e da discussão sobre a percepção que os brasileiros têm da cachaça e qual a influência de guias, rankings, rótulos, selos e certificações como indicadores de qualidade, a partir de uma mensagem de consumo moderado e orientado de bebidas alcoólicas."

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Pesquisa de mestrado de Ana Paula Palazi sob orientação de Marcelo Knobel e sediada no Programa de Mestrado em Divulgação Científica e Cultural / Labjor / Nudecri.

A pesquisa prevê a abordagem a dois grupos de participantes, sem quantidade definida, para aplicação de survey online com produtores de cachaça e consumidores especialistas.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

ver "Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações"

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Inserir o CAAE no TCLE - de preferência também no formulário - agora que está disponível.

O protocolo foi considerado aprovado neste CEP e, caso não tenha autorizações institucionais pendentes ou centros co-participantes, pode ser iniciado.

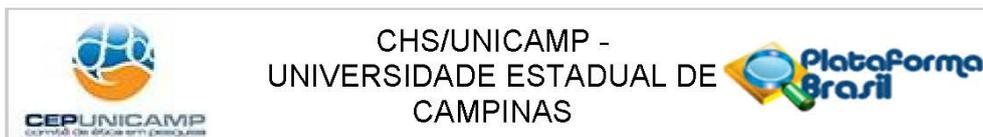
Não estão sob o escopo deste parecer

- Eventuais alterações documentais realizadas sem aviso prévio e/ou não solicitadas pelo CEP em forma de pendência ou de recomendação;
- Dados coletados em data anterior a este parecer;
- Caso, eventualmente, os dados sejam coletados com autorizações institucionais pendentes (se necessário);
- Caso, eventualmente, os dados sejam coletados sem a aprovação/autorização do centro co-participante (se necessário).

* Conforme a Resolução 510/16, art.28 inciso V, ao término do estudo deve ser apresentado ao CEP um relatório final da pesquisa via NOTIFICAÇÃO.

** Relatório parcial deve ser apresentado em caso de qualquer intercorrência.

Endereço: Av. Bertrand Russell, 801, 2º Piso, Bloco C, Sala 5, Campinas-SP, Brasil.
Bairro: Cidade Universitária "Zeferino Vaz" **CEP:** 13.083-865
UF: SP **Município:** CAMPINAS
Telefone: (19)3521-6836 **E-mail:** cepchs@unicamp.br



Continuação do Parecer: 5.135.294

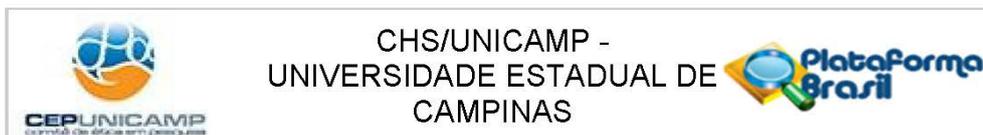
*** Potenciais alterações no protocolo podem ser solicitadas via EMENDA. Em caso de submissão de emenda, a coleta de dados fica suspensa até que a emenda seja aprovada.

**** Documentação pendente pode ser submetida via NOTIFICAÇÃO, não sendo necessário aguardar novo parecer para a continuidade da pesquisa.

Considerações Finais a critério do CEP:

1. Vale lembrar que a interação com os participantes de pesquisa só pode ser iniciada a partir da aprovação desse protocolo no CEP. Os cronogramas de geração/coleta de dados deve acompanhar o relatório final de pesquisa
2. Cabe enfatizar que, segundo a Resolução CNS 510/16, Art.28 Inciso IV, o pesquisador é responsável por "(...) manter os dados da pesquisa em arquivo, físico ou digital, sob sua guarda e responsabilidade, por um período mínimo de 5 (cinco) anos após o término da pesquisa".
3. O participante da pesquisa tem a liberdade de recusar-se a participar ou de retirar seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, sem penalização alguma e sem prejuízo ao seu cuidado. (Res.510/16, Cap.III, Art.9, inciso II)
4. Assim como o participante de pesquisa tem liberdade de se recusar a participar, as instituições também têm liberdade para não fornecer dados à equipe de pesquisa. Aprovação no CEP não implica obrigatoriedade de participantes e instituições de
5. A responsabilidade de obtenção de registro de consentimento, bem como o de sua guarda adequada, é de inteira responsabilidade da equipe de pesquisa. Tais documentos podem ser solicitados a qualquer momento pelo sistema CEP-CONEP para fins de auditoria, bem como servem de proteção para os próprios pesquisadores em caso de eventuais reclamações ou denúncias por parte dos participantes.
6. A responsabilidade pelo planejamento e boa gestão de dados é de inteira responsabilidade da equipe de pesquisa.
7. Eventuais modificações ou emendas ao protocolo devem ser apresentadas ao CEP de forma clara e sucinta, identificando a parte do protocolo a ser modificada e suas justificativas e aguardando a

Endereço: Av. Bertrand Russell, 801, 2º Piso, Bloco C, Sala 5, Campinas-SP, Brasil.
Bairro: Cidade Universitária "Zeferino Vaz" **CEP:** 13.083-865
UF: SP **Município:** CAMPINAS
Telefone: (19)3521-6836 **E-mail:** cepchs@unicamp.br



Continuação do Parecer: 5.135.294

aprovação do CEP para continuidade da pesquisa.

8. Conforme a Resolução 510/16, art.28 inciso V, ao término do estudo deve ser apresentado ao CEP um relatório final da pesquisa via NOTIFICAÇÃO.

9. Caso a pesquisa seja realizada ou dependa de dados a serem observados/coletados em uma instituição (ex. empresas, escolas, ONGs, entre outros), essa aprovação não dispensa a autorização dos responsáveis. Caso não conste no protocolo no momento desta aprovação, estas autorizações devem ser submetidas ao CEP em forma de notificação antes do início da pesquisa.

10. Vale também ressaltar o Art. 3o, inciso VIII da Resolução 510/16:

"São princípios éticos das pesquisas em Ciências Humanas e Sociais:

VIII - garantia da não utilização, por parte do pesquisador, das informações obtidas em pesquisa em prejuízo dos seus participantes;"

11. O papel do CEP é proteger e garantir os direitos do participante de pesquisa. Está além das funções e das capacidades técnicas do CEP a validação jurídica de documentos como termos de licenciamento de uso/reprodução de imagem e voz e demais tipos de autorizações.

12. As declarações preenchidas na Plataforma Brasil são feitas sob documento público e estão sujeitas a todas as responsabilidades legais e administrativas relacionadas.

13. O eventual uso de versões diferentes da documentação apresentada de maneira AVULSA listada no protocolo de pesquisa aprovado, é de total responsabilidade da equipe de pesquisa e será considerada alteração encoberta.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1822301.pdf	04/11/2021 13:40:25		Aceito
TCLE / Termos de Assentimento /	TCLE_Produtores.pdf	04/11/2021 13:40:11	Ana Paula Palazi	Aceito

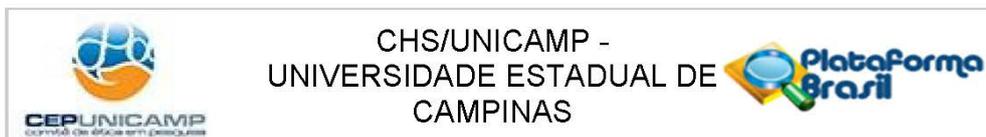
Endereço: Av. Bertrand Russell, 801, 2º Piso, Bloco C, Sala 5, Campinas-SP, Brasil.

Bairro: Cidade Universitária "Zeferino Vaz" **CEP:** 13.083-865

UF: SP **Município:** CAMPINAS

Telefone: (19)3521-6836

E-mail: cepchs@unicamp.br



Continuação do Parecer: 5.135.294

Justificativa de Ausência	TCLE_Produtores.pdf	04/11/2021 13:40:11	Ana Paula Palazi	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Consumidores.pdf	04/11/2021 13:39:52	Ana Paula Palazi	Aceito
Brochura Pesquisa	FORMULARIO_PPCT_CACHACA.pdf	01/11/2021 12:10:20	Ana Paula Palazi	Aceito
Outros	ATESTADO_MATRICULA_MESTRADO ANA_PAULA_PALAZI.pdf	01/11/2021 12:09:01	Ana Paula Palazi	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	PROJETO_DETALHADO_PPCT_Cacha ca_APPALAZI.pdf	01/11/2021 11:55:18	Ana Paula Palazi	Aceito
Folha de Rosto	FOLHA_DE_ROSTO_ANA_PAULA_PA LAZI.pdf	05/10/2021 19:09:35	Ana Paula Palazi	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

CAMPINAS, 30 de Novembro de 2021

Assinado por:
Thiago Motta Sampaio
(Coordenador(a))

Endereço: Av. Bertrand Russell, 801, 2º Piso, Bloco C, Sala 5, Campinas-SP, Brasil.
Bairro: Cidade Universitária "Zeferino Vaz" **CEP:** 13.083-865
UF: SP **Município:** CAMPINAS
Telefone: (19)3521-6836 **E-mail:** cepchs@unicamp.br