

CACHAÇA SOB UMA PERSPECTIVA HISTÓRICA, CULTURAL E SIMBÓLICA

LÍLIA PAULA ANDRADE

UFLA

liliapaulandrade@yahoo.com.br

LUÍS FERNANDO SILVA ANDRADE

UFLA - Universidade Federal de Lavras

andradelfs@gmail.com

FAPEMIG

CACHAÇA SOB UMA PERSPECTIVA HISTÓRICA, CULTURAL E SIMBÓLICA.

Resumo:

Buscou-se neste ensaio teórico compreender como se deu o processo de institucionalização da cachaça no Brasil. Mais especificadamente buscou-se: i) resgatar a história de produção da cachaça; ii) conhecer os aspectos sociais e culturais envolvidos nos processos de produção e comercialização da bebida e iii) delinear o contexto mercadológico da cachaça artesanal. Percebeu-se que a bebida existe desde o Brasil colônia, mas que apenas nos últimos anos o setor de cachaça tem sido organizado e reconhecido institucionalmente. Apesar disso, os produtores têm encontrado muitos desafios para se regularizarem e padronizarem o processo produtivo de acordo com as exigências do atual contexto político e sócio cultural.

Palavras chave: Cachaça, Cultura, História.

We aims in this theoretical essay understand how the process of institutionalization of *cachaça* is in Brazil. More specifically, we aim i) restore the history of the production of *cachaça*; ii) meet the social and cultural aspects involved in the production process and marketing of the drink, and iii) outline the marketing context of *cachaça*. The main results show that the drink exists since the Brazilian colonial period, but only in recent years the *cachaça* sector has been organized and recognized institutionally. Nevertheless, producers have found many challenges to regularize and standardize the production process according to the requirements of the current political context and cultural partner.

1 INTRODUÇÃO

A cachaça é uma bebida genuinamente brasileira. O setor tem sido responsável por expressivos faturamentos e pelo emprego de parte considerável da mão de obra brasileira (CHALITA, 2008). A bebida foi produzida pela primeira vez ainda no Brasil colônia. Desde a primeira produção, tem sido crescente o número de adeptos ao seu consumo. O ato de beber cachaça possui as mais peculiares simbologias. Em momentos tristes a bebida é utilizada como consolação, nos momentos alegres como comemoração, no inverno para aquecer o corpo e no verão para refresca-lo. Apesar das motivações para o consumo serem diversas, a paixão do brasileiro pela cachaça é sempre a mesma. Seja no século XV ou nos dias atuais, os admiradores da bebida são fiéis.

A cachaça é considerada uma bebida de origem “heroica”. Houve momentos de proibição da produção e venda da bebida e de taxação com altos impostos. Nenhuma destas situações desfavoráveis foi suficiente para que o consumo e produção da bebida fossem afetados. Pelo contrário. À bebida tem sido atribuído um forte significado cultural. A cachaça tem acompanhado o brasileiro em todos os momentos da história do país, desde as revoltas pela independência até as comemorações dos dias atuais.

O processo de produção da bebida tem sido ao longo dos anos aprimorado, além da cachaça produzida em engenhos e alambiques (artesanal) também existe a cachaça industrial. Esta última é de origem mais recente e se desenvolveu com a evolução das práticas tecnológicas; ela é produzida com o auxílio de maquinários que tornam mais rápido o processo de obtenção do produto final. Embora a origem da cachaça artesanal e industrial seja a mesma, os dois produtos são diferenciados. Os produtores de cachaça artesanal tem enfrentado nos últimos anos uma série de dificuldades de qualificação e comercialização do produto, advindos das mudanças contextuais que afetaram diretamente essa produção.

A fim de se compreender as especificidades do setor de cachaça no Brasil, traçou-se como objetivo deste artigo compreender como se deu o processo de institucionalização da cachaça no Brasil. Mais especificadamente buscou-se: i) resgatar a história de produção da cachaça; ii) conhecer os aspectos sociais e culturais envolvidos nos processos de produção e

comercialização da bebida e iii) delinear o contexto mercadológico da cachaça artesanal. Compreender a história da cachaça e suas especificidades sociais e culturais torna-se necessário diante das atuais mudanças no contexto da bebida. São necessários estudos, trabalhos e pesquisas que contribuam para o reconhecimento da sua importância não apenas como produto essencial para a economia do país, mas, sobretudo estudos que compreendam que a cachaça é parte da história do país, que não deve ser esquecida ou negligenciada.

Este trabalho foi elaborado em cinco seções além desta introdução. Na primeira foi apresentada a teoria institucional e seu potencial explicativo para a trajetória histórica da produção de cachaça. Na segunda seção foi apresentada a distinção entre cachaça artesanal e cachaça industrial, e o delineamento da história desse produto. Em seguida foram abordados os aspectos culturais e sociais que têm permeado essa trajetória. Na penúltima seção é apresentada a inserção mercadológica da cachaça artesanal e por fim foram relatadas as considerações finais da pesquisa.

2 A TEORIA INSTITUCIONAL E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA A ANÁLISE HISTÓRICA

A abordagem institucional pode trazer contribuições relevantes aliada à perspectiva histórica, para a compreensão da atual conformação da produção de cachaça, bem como seus desafios e possibilidades. É notável considerar que as instituições, vistas como tipificações se relacionam à importância de processos institucionais para a formação das identidades organizacionais e das práticas realizadas (BERGER e LUCKMANN, 2010).

O construtivismo social, no qual a realidade é socialmente construída (BERGER e LUCKMANN, 2010) inscreve-se nas proposições do novo institucionalismo. Berger e Luckmann (2010, p. 77) esclarecem que “toda atividade humana está sujeita ao hábito”, assim não é necessário que cada situação seja redefinida, etapa por etapa. Dessa forma: “a institucionalização ocorre sempre que há uma tipificação recíproca de ações habituais por tipos de atores. Dito de maneira diferente, qualquer uma dessas tipificações é uma instituição” (BERGER e LUCKMANN, 2010, p. 79).

Para estes autores, instituição implica em historicidade e controle, sendo que a compreensão de uma instituição passa necessariamente pelo entendimento do processo histórico que a produziu. Savoye (2007) considera que a análise de processos de institucionalização se baseia em uma referência histórica, seja ela recente e/ou antiga.

Outra questão central para essa abordagem é a distinção entre ‘velho e novo’ institucionalismo. Peci (2006) destaca que há uma possível distinção entre a importância dada ao ambiente nas correntes tradicionais, focadas em estudos organizacionais individuais, era secundário e a nova abordagem institucional, em que as organizações são vistas como consequência do ambiente, que possui elementos técnicos, materiais, mas também engloba uma dimensão subjetiva, de um conjunto de crenças e de normas. Silva, Pereira e Alcântara (2012) trazem as distinções entre as perspectivas clássicas e modernas, mas ressaltam que críticas são feitas a essa separação, devido principalmente à confusão acerca dos microfundamentos do novo institucionalismo (construtivismo social e etnometodologia), o que revela um processo de institucionalização da própria teoria institucional (TOLBERT e ZUCKER, 1999).

Na tabela 1 é apresentada uma síntese das diferenças centrais entre ‘novo’ e ‘velho’ institucionalismo, não deixando de lado as críticas feita a essa divisão ou ruptura.

Tabela 1: Perspectivas teórico-conceituais polarizantes da Teoria Institucional.

Perspectivas Clássicas	Perspectivas Modernas
Abordagem funcionalista	Abordagem interpretativa/(des)construção
Velho institucionalismo	Neo-institucionalismo

Atores organizacionais passivos	Atores organizacionais criativos e proativos
Estímulo-resposta	Estímulo-interpretação-resposta
Pressão ambiental para conformidade das organizações	Pressões das organizações sobre condições ambientais para atingir objetivos e manter interesses
Isomorfismo coercitivo	Isomorfismo cognitivo (mimético) e normativo

Retirado de Silva, Pereira e Alcântara (201, p. 25-6)

DiMaggio e Powell, ao teorizarem sobre a similaridade organizacional, realizam uma análise macroinstitucional da mudança estrutural (PECI, 2006), ou da “conformidade com as características ambientais (MACHADO-DA-SILVA *et al*, 2001, p. 2), que é chamada de isomorfismo. O isomorfismo ocorre de três formas distintas levando à homogeneização das organizações:

O isomorfismo coercitivo resulta de expectativas culturais da sociedade e de pressões exercidas por uma organização sobre outra que se encontra em condição de dependência. O isomorfismo mimético consiste na imitação de arranjos estruturais e procedimentos bem sucedidos implementados por outras organizações, em face da incerteza decorrente de problemas tecnológicos, objetivos conflitantes e exigências ambientais. O isomorfismo normativo refere-se à profissionalização, que envolve o compartilhamento de um conjunto de normas e métodos de trabalho pelos membros dos segmentos ocupacionais (MACHADO-DA-SILVA *et al*, 2001, p. 2)

Machado-da-Silva *et al* (2001) consideram que é importante relativizar os pesos conferidos a cada um desses mecanismos, de acordo com a cultura e história de cada sociedade. Destacam que na sociedade brasileira deve-se atentar aos mecanismos isomórficos coercitivos, dada a tradição patrimonialista e longos períodos de regimes autoritários, que levam a um forte formalismo (discrepância entre o formal e o efetivo).

Em que pesem as críticas, limitações desafios da teoria institucional (PECI, 2006; SUDABBY, 2010; WILLMOTT, 2012), ela ainda assim pode trazer relevantes contribuições para o entendimento do histórico da produção da cachaça no Brasil e a atual forma como o mercado, produtores e consumidores estão dispostos. No tópico seguinte será discutida a caracterização da cachaça e seu histórico, tendo como norte os mecanismos isomórficos coercitivos e normativos.

3 CARACTERIZAÇÃO, ESPECIFICIDADES E HISTÓRICO DA CACHAÇA.

A cachaça pode ser classificada como industrial ou artesanal (FEITOSA, 2005; AMPAQ, 2015). A cachaça artesanal se diferencia por ser produzida em alambiques e em pequenos volumes. O modo de produção é feito em parte manual, e é comum que em cada alambique exista uma tradição familiar ou regional que influencia diretamente em seu processo produtivo. Neste processo a calma, a ciência, o tempo, a arte e a paixão tornam-se ingredientes básicos para a produção. O volume e tempo de produção não é uma preocupação. Também não é comum a adição de açúcares, corantes ou outros elementos químicos (FEITOSA, 2005; AMPAQ, 2015). Ao contrário da cachaça industrial que é padronizada e possui um produto bastante uniforme, as cachaças artesanais podem ser feitas de milhares de maneiras (FEITOSA, 2005). Ao longo da história do Brasil tem-se feito marcante a presença da cachaça, seja ela artesanal ou industrial (CHALITA, 2008; FERREIRA, 2013; CAVALCANTE, 2011). A fim de se compreender como esse processo tem sido institucionalizado, é necessário compreender como seu a história da produção da cachaça no Brasil.

Ainda existem poucas certezas sobre a real origem da cachaça. Não se percebeu um consenso entre os autores sobre a data e em como foi descoberto o processo de produção da bebida. Faltam documentos históricos que comprovem as especificidades do nascimento de tal bebida (CAVALCANTE, 2011). A Associação Mineira de Produtores de Cachaça de Qualidade- AMPAQ (2015) informa que a bebida teria surgido entre os séculos XVI e XVII,

Guerra (2005) afirma que a bebida nasceu no século XVI. Já Chalita (2008), Oliveira e Martins (2010); e Câmara (2008) argumentam que a bebida surgiu no século XV.

A cachaça é uma bebida que envolve em sua produção os processos de fermentação e também de destilação. As bebidas alcoólicas fermentadas advêm de um fenômeno natural que acontece durante a deterioração dos alimentos orgânicos. Tais bebidas fazem parte da história do homem desde os anos 7000- 6600 a.C (CAVALCANTE, 2011). No Brasil as bebidas fermentadas também existiram antes mesmo do país virar uma colônia de Portugal. Os índios já fabricavam o chamado “cauim”, que era obtido de matérias primas como mandioca, milho, mel, ananás ou batata. A bebida quando consumida provocava certa embriaguez, deixava os índios mais “alegres”.

Como a cachaça é um tipo de bebida advinda da fermentação da cana de açúcar, ela não seria um tipo de “cauim”. As primeiras mudas da cana que chegaram ao país vieram em 1502, pelo português Gonçalo Coelho, e as primeiras plantações foram feitas em 1504 pelo “fidalgo judeu” Fernando de Noronha, na ilha que hoje recebe esse nome (OLIVEIRA e MARTINS, 2010; FERREIRA, 2013). Outra possibilidade que pode ter sido determinante no descobrimento da cachaça foi o envolvimento dos negros no processo de produção do açúcar. Existem indícios de que os negros faziam o uso da cachaça, antes desta se tornar um produto comercializado. Em meados de 1600 era comum o consumo da “escuma” fermentada, advinda do processo de fabricação do açúcar (CAVALCANTE, 2011). Os escravos inseridos neste processo tinham desde então a prática de consumirem o “caldo de cana fermentado” que posteriormente seria a cachaça (CHALITA, 2008; CAVALCANTE, 2011).

Apesar das divergências quanto à origem da cachaça, não existem dúvidas que depois do seu surgimento ela se tornou uma “paixão” tanto dos brasileiros, quanto dos estrangeiros que experimentavam a bebida. Do século XVI até os dias atuais, a cachaça tem exercido papel semelhante ao da cerveja na Inglaterra e de muitas bebidas em diversas outras sociedades. Como por exemplo, o vinho em Portugal, a vodca na Rússia ou o uísque na Escócia (SILVA, 2009).

Quanto à história da denominação da bebida como “cachaça”, também não existe um consenso. Para Cavalcante (2011) a palavra é de origem africana e surgiu juntamente com as palavras garapa e banguê. Também existia o emprego do nome “cachaça” na Espanha, em que era uma bebida obtida do esmagamento de uvas. Câmara (2008) e Oliveira e Martins (2010) atribuem à origem do nome “cachaça” a denominação de “cachaza” que teria como significado europeu aquilo que poderia ser descartado, o lixo ou a sobra. A “cachaça”, ou “cagaça” era a escuma proveniente da fermentação da cana de açúcar. Essa “escuma” como não era de interesse dos donos de engenho e não possuía serventia para a produção do açúcar, era descartada, fornecida aos animais e aos escravos (CAVALCANTE, 2011). Cachaça era chamada toda aguardente de qualidade inferior dada aos escravos, ou comercializada por um baixo valor, sendo então uma bebida acessível aos pobres (CHALITA, 2009; CAVALCANTE, 2011).

A cachaça teve e ainda tem outros milhares de nomes como: parati, paraty, januária e salinas (CAVALCANTE, 2011). Para esse mesmo autor, as cachaças engarrafadas até a década de 1950 apresentavam no rótulo o termo aguardente de cana, canna, caninha ou canninha e pinga. Até então, raramente aparecia o termo “cachaça”.

Essa denominação passou a ser mais utilizada a partir da década de 1990, momento em que foram criadas as primeiras legislações sobre a qualidade e padronização da cachaça do país. De acordo com o Decreto nº 4851 de 2003 (revogada pelo Decreto nº 6.871, de 2009) existem denominações próprias para cada tipo de aguardente. Cachaça, conforme descrição do Art. 92 da referida lei, é a bebida:

“típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, com graduação alcoólica de trinta e oito a quarenta e oito por cento em volume, a

vinte graus Celsius, obtida pela destilação do mosto fermentado de cana-de-açúcar com características sensoriais peculiares, podendo ser adicionada de açúcares até seis gramas por litro, expressos em sacarose” (BRASIL, 2003).

Nesta legislação é feita a especificação de cachaça como “aguardente” de cana. Esta especificação é utilizada para justificar que embora existam diferentes tipos de “aguardentes”¹, a de cana é própria do Brasil e segue às especificações desta lei. A criação desta teria representado práticas e políticas que “pretendem melhorar a qualidade do produto e abrir novos mercados, sobretudo internacionais” (OLIVEIRA; MARTINS, 2010). Entretanto, conforme pode ser analisado na história da cachaça, não foi sempre que esse processo coercitivo legal existiu para estimular às organizações de cachaça a se tornarem isomórficas quanto aos padrões de qualidade e comercialização.

Depois da descoberta da bebida, sua utilização e consumo cresceram inquestionavelmente. Do início do século XVI até a metade do século XVII, “as casas de cozer mel”, ou seja, os locais de produção da bebida se multiplicaram nos engenhos de cana de açúcar. Alguns dos engenhos da época passaram a produzir simultaneamente cachaça, rapadura e açúcar (FERREIRA, 2013).

Essa medida dos engenhos em adotarem a cachaça como produto a ser comercializado, não teve o apoio da Coroa Portuguesa. Em 1635 foi proibido pela primeira vez o seu consumo, essa proibição decorreu do fato do consumo do “vinho metropolitano” (de Portugal) estar perdendo lugar no mercado para a aguardente de cana (ROSAS, 2010; SILVA, 2010). Tal proibição não teve tanto efeito, pois as práticas de comercialização da aguardente continuavam a acontecer de maneira clandestina.

Neste contexto, novamente por volta de 1655 foi proibida pela Coroa não somente o consumo, mas também a sua produção nos engenhos. Essa medida durou pouco e a realeza decidiu substituir a proibição pela inserção de um imposto sobre a bebida. Entretanto a carga tributária era tão alta que em 1660 houve a chamada “revolta da cachaça” (CAVALCANTE, 2011; FERREIRA, 2013). Essa revolta foi um dos primeiros movimentos de “insurreição nacional”. Os proprietários da cana de açúcar e alambiques, perplexos com a alta taxa portuguesa e sendo perseguidos por comercializarem a cachaça, tomaram o poder no Rio de Janeiro durante cinco meses, mas ao final foram derrotados e o líder do movimento decapitado (CAVALCANTE, 2011). Somente em 1661 a produção e comercialização da cachaça foram novamente liberadas, por ordem de uma Regente de Portugal na tentativa de abafar a Revolta (SILVA, 2010; FERREIRA, 2013).

As tentativas de governo de brechar a produção e o consumo da cachaça deram uma trégua, mas continuaram no século posterior. Em 1743 a sua popularidade estava ainda maior, enquanto aumentava a rejeição do povo contra a Coroa Portuguesa. Neste contexto foi aprovado um decreto régio que proibia a produção de aguardente na Capitania da Bahia. Entretanto mais uma vez a proibição não surtiu o efeito esperado. O povo não aderiu às novas medidas e a comercialização da cachaça se expandiu tanto em Minas Gerais como em todo o país (FEITOSA, 2005; FERREIRA, 2013). Um fato inesperado motivou Portugal a mudar de estratégia quanto à proibição da comercialização da bebida. Em 1755, Lisboa, a capital de Portugal, foi destruída por um terremoto e precisava angariar recursos para superar a situação.

Foi com o valor arrecadado sobre a cachaça, que Lisboa foi reconstruída. A Coroa para tanto, instituiu até o ano de 1766 o “subsídio voluntário”, imposto sobre os “estabelecimentos que comercializavam aguardente” (FEITOSA, 2005; CAVALCANTE, 2011; FERREIRA, 2013). Outro tributo criado pela Coroa para desenvolver a metrópole foi o imposto “literário sobre a venda da cachaça”. Tal arrecadação seria destinada a manter as universidades de Portugal, como as de Coimbra e Lisboa. Foi a partir de então que aumentou

a revolta e o descontentamento dos que viviam na colônia (FEITOSA, 2005). A cachaça se consagrou como “símbolo de resistência à dominação colonial” (FEITOSA, 2005 p.34). Em 1789 na Inconfidência Mineira a aguardente da cana, foi aderida por sacerdotes, intelectuais e militares. Todos faziam questão de não consumirem os produtos portugueses (FEITOSA, 2005; CHALITA, 2008; CAVALCANTE, 2011; FERREIRA, 2013).

Nos século XIX o consumo da cachaça continuou a crescer, foram construídos novos engenhos por todo o Brasil. Em 1808 a Corte Portuguesa passou considerar a cachaça como um dos produtos da economia brasileira, já era comum neste momento a exportação e comercialização da cachaça a outros países. Em 1810 chegou ao Brasil a primeira fábrica de garrafas e em 1860 já se encontravam para consumo as cachaças engarrafadas (CAVALCANTE, 2011). Em 1817, novamente a cachaça representou a resistência ao domínio da Coroa, e esteve presente como símbolo durante toda a Revolução Pernambucana. As revoltas se acalmaram em 1822, quando foi proclamada a república e a cachaça foi utilizada para comemorar o acontecido (FEITOSA, 2005; GUERRA, 2005; AMPAQ, 2015). Em 1831 foi revogado por Portugal o subsídio literário e iniciou-se no Brasil o seu período regencial. A partir deste momento o dinheiro a ser destinado à educação não viria mais do subsídio da cachaça, mas do orçamento governamental (FERREIRA, 2013).

Depois da segunda metade do século XIX começou o declínio do trabalho escravo e intensificou-se a cafeicultura como nova atividade econômica do Brasil (FEITOSA, 2005; GUERRA, 2005; AMPAQ, 2015). A cachaça por ser barata na época ‘caiu no gosto popular’, e foi estereotipada como produto de qualidade inferior, das classes marginalizadas (GUERRA, 2005; FEITOSA, 2005; AMPAQ, 2013; FERREIRA, 2013). A elite do país preferia adotar costumes e consumir produtos de origem europeia. Entretanto, o consumo da cachaça acontecia em todo o país, multiplicavam-se o número de “botecos e tabernas”, locais onde as pessoas se reuniam em grupos informais para consumirem a cachaça e conversar sobre os mais variados assuntos (CAMARGO, 2009).

Esse estereótipo negativo associado aos produtos nacionais é claramente perceptível até meados do século XX, quando acontece em 1922 a Semana da Arte Moderna. Esse movimento iniciou-se a favor do “redescobrimto” da brasilidade, como uma crítica à tentativa de importação de modelos europeus de cultura, comportamento e consumo (FEITOSA, 2005; AMPAQ, 2015). Artistas e intelectuais como Jorge Amado e Aluísio de Azevedo, juristas como Sobral Pinto, poetas como Carlos Drummond de Andrade e até mesmo o presidente da república Juscelino Kubitschek mencionaram em suas obras e em seus discursos a importância da cachaça para o povo brasileiro. Abre-se novamente espaço para a valorização da bebida (FERREIRA, 2013). Por outro lado, Feitosa (2005) menciona que até nos tempos atuais essa imagem negativa relacionada à aguardente de cana ainda persiste em meio aos brasileiros.

A segunda metade do século XX foi marcada como um novo período que começaram a emergir os primeiros programas, organizações e legislações em apoio à produção e comercialização da cachaça. Em 1988 foi criada Associação Mineira de Produtores de Cachaça de Qualidade, a AMPAQ-MG, a associação pioneira deste setor (FARIA, 2002). Esta associação foi criada para apoiar o desenvolvimento do setor produtivo de cachaça. A atuação da AMPAQ-MG tem sido presente até os dias atuais. A sua representou também as demandas de um novo contexto, em que a utilização de novas técnicas para o aprimoramento da produção passou a ser essencial.

Em 1992 foi criado o Programa de Incentivo à Produção da Cachaça, o Pró-Cachaça, pela lei Estadual nº 10.853. Tal legislação afirma o compromisso que o Poder Executivo do Estado passa a ter com relação à proteção e incentivo aos produtores de cachaça (BRASIL, 1992).

No ano de 1997 é regulamentada, pelo Decreto Federal nº 2.314, a Lei nº 8.918 de julho de 1994, a lei que dispõe sobre “a padronização, classificação, registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas” (BRASIL, 1994). Esses dois decretos versavam sobre a proteção das “bebidas”, não se falava até então especificadamente na “cachaça”. Somente em 2001 com o Decreto nº 4062 de dezembro são definidas as expressões “cachaça”, “Brasil” e “cachaça do Brasil”. Neste momento ainda prevalecem os decretos de 1994 e 1997. Entretanto, este decreto de 2001 deixa claro que o nome cachaça deve ser única e exclusivamente utilizado pelos produtores brasileiros para fins de comércio nacional e internacional (BRASIL, 2001). Em 2003 é estabelecido pelo Decreto nº 4.851 a definição legal da “cachaça” e como ela deve ser composta.

A fim de desenvolver o mercado da cachaça, em 2005 o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA aprovou o regulamento técnico para afixação de padrões de identidade e qualidade para a cachaça e para a aguardente de cana. Os padrões estabelecidos pelo MAPA (2005) discriminam sobre as especificidades químicas a serem utilizadas na produção tanto da aguardente de cana como na cachaça. Na normativa 13 é possível se distinguir “aguardente de cana” de “cachaça” é a variação permitida em porcentagem de graduação alcoólica. Enquanto nesta última é permitido de 38% a 48% em volume, na aguardente de cana esse percentual alcoólico pode ser um pouco maior de 38% a 54% em volume. Essa instrução 13 versa ainda sobre aspectos de higiene, destilação, estabelece pesos e medidas a serem utilizados e que obrigatoriamente têm que ser respeitadas pelas produtoras de cachaça que pretendem estabelecer tal padrão de qualidade (MAPA, 2005). Essas medidas de qualidade são essenciais para tornar viável a comercialização da bebida em mercados internacionais.

Neste mesmo ano de 2005, por meio da Instrução Normativa nº 20, o MAPA revogou a Instrução Normativa nº 56, que dispunha sobre os “requisitos e procedimentos para registro de estabelecimentos produtores de cachaça, organizados em associações ou cooperativas legalmente constituídas”; e aprovou as “normas relativas aos requisitos e procedimentos para registro de estabelecimentos produtores de aguardente de cana e de cachaça, organizados em Sociedade Cooperativa e os respectivos produtos elaborados” (MAPA, 2005). Esta normativa teve por finalidade “...disciplinar os registros de estabelecimentos organizados em Sociedade Cooperativa e os respectivos produtos elaborados, que objetivam desenvolver as atividades de produtor, acondicionador, engarrafador e exportador de aguardente de cana e de cachaça...” (MAPA, 2005). Neste mesmo ano, foi iniciada a implantação do processo de certificação da cachaça com a assinatura do convênio entre o Sebrae e o Instituto Nacional de Metrologia, Normatização e Qualidade Industrial – INMETRO (hoje chamado de Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia). Para tanto foi criado um Regulamento de Avaliação da Conformidade da Cachaça, este documento foi publicado pela Portaria nº 126, em junho de 2005. Foi proposto “aos produtores, organismos certificadores, consultores e especialistas, o esboço de um sistema de gestão focado no atendimento aos requisitos de certificação” da cachaça (SORATTO; VARVAKIS; HORII, 2007). No ano posterior, em 2006, foi criada a Câmara Setorial da Cadeia Produtiva da Cachaça pelo MAPA (BRASIL, 2006).

Nesta portaria nº 126 são especificados requisitos a serem cumpridos pelos produtores de cachaça em todas as etapas, desde a produção até o armazenamento e distribuição do produto final. Ademais estão previstas neste documento quais são as infrações que o produtor não deve praticar e as sanções e punições que serão aplicadas no caso de descumprimento de algum dos itens combinados entre as partes

A partir deste momento, qualquer produtor de cachaça no Brasil, poderia solicitar a certificação, no âmbito do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade (SBAC). Essa certificação é voluntária e somente pode ser concedida por organismos de certificação de produtos (OCP) com competência técnica reconhecida pelo INMETRO, que é gestor do

sistema. Dentre as vantagens de se ter uma cachaça certificada está que o selo é “reconhecido dentro e fora do país como sinônimo de qualidade e confiança” (SORATTO; VARVAKIS; HORII, 2007 p. 2). De acordo com estes mesmos autores as vantagens deste processo abrangem os interesses do produtor, do governo e, sobretudo dos consumidores. A primeira década de 2000 continuou com o aumento do apoio institucional à cachaça, a fim de incentivar a produção e comercialização desta bebida de origem assumidamente brasileira.

A cachaça foi reconhecida como produto brasileiro não apenas pelas legislações nacionais, mas em março de 2013 foi firmado um acordo bilateral entre os Estados Unidos e o Brasil, onde se reconhecia a bebida como genuinamente brasileira. Esse reconhecimento foi importante porque em 2000, os Estados Unidos passaram a classificar a cachaça como “rum” e passaram a requerer que no rótulo do produto estivesse denominado “rum brasileiro”. Além de prejudicar os esforços para promover o produto como uma bebida típica brasileira, também trazia custos aos produtores. Com esse reconhecimento aumentou-se as possibilidades de promoção da bebida no mercado norte americano, e facilitou também a sua exportação (PORTAL BRASIL, 2013).

As exportações de cachaça no último ano, até o mês de agosto somaram o total US\$ 14 milhões, sendo os principais destinos: Alemanha, Estados Unidos, França e Portugal (MDIC, 2014). Apesar disso, Chalita (2008) afirma que a participação da cachaça no mercado internacional ainda é baixa e que precisa do desenvolvimento de políticas e práticas que incentivem a valorização do produto.

Em síntese, as três últimas décadas têm sido marcantes na história da cachaça. Trata-se do momento em que o produto passa a ser visto pela comunidade brasileira com “outros olhos”. A bebida é institucionalizada como “genuinamente brasileira”. Desse reconhecimento veio a criação de processos coercitivos a fim assegurar às organizações do setor a padronização e crescimento. Além de delinear o contexto histórico da cachaça, também é necessário compreender os aspectos sociais e culturais no qual esta história está imersa. A fim de evidenciar essa importância, a próxima seção deste artigo versa sobre os aspectos culturais e sociais inseridos na trajetória histórica da cachaça.

4 ASPECTOS CULTURAIS E SOCIAIS DA TRAJETÓRIA HISTÓRICA DA CACHAÇA

“... Mas foi com a cachaça que o brasileiro pobre enfrentou a floresta e o mar, varou esse mundo de águas e de terras, construiu essa confusão meio dolorosa, às vezes pitoresca, mas sempre comovente a que hoje chamamos Brasil. E com essa cachaça que ele, através dos séculos, vela seus mortos, esquenta seu corpo, esquece a dureza do patrão e a falseta do companheiro. Ela faz parte do seu sistema de sonho e vida; é como um sangue da terra que ele põe no próprio sangue”.

“A cachaça também é nossa” – Rubem Braga (*apud* CÂMARA, 2004 p. 117)

A cachaça carrega em seu processo de institucionalização marcas das transformações da sociedade brasileira quanto a seus aspectos sociais, culturais e políticos. Através do consumo da bebida existe uma carga de crenças, valores e emoções. À bebida tem sido utilizada pelos brasileiros para as mais diversas finalidades, que vão desde a bebida como medicamento até mesmo como sinônimo de revolta, ou simplesmente como comemoração.

Até o século XVI a aguardente de cana era utilizada como remédio, de acordo com o conhecimento popular da época a bebida auxiliava a manter o calor do corpo (CAMARGO, 2009). Também estava associada a tal bebida, a função de desjejum e mata-bicho (CHALITA, 2008). Camargo (2009) cita uma pesquisa realizada por Ernani da Silva Bruno, cujos resultados demonstraram que no decorrer do século XVIII, em São Paulo, a cachaça ainda era

utilizada como medicamento. Essa bebida era utilizada para se combater doenças como a varíola e o sarampo.

No século XVIII a popularidade da cachaça já era inquestionável (FERREIRA, 2013). “No Brasil a aguardente sempre foi a bebida alcoólica mais consumida nos meios populares, num primeiro momento fortemente difundida entre os escravos de engenho e posteriormente nos meios urbanos” (CAMARGO, 2009 p. 6). A cachaça já era reconhecida no século XIX como uma bebida que proporcionava a interação e distração entre as pessoas. Nos botequins e tabernas do século XIX os princípios e regras eram distintos daqueles ditados pela burguesia. Nestes estabelecimentos:

...“todos tinham direito de sentar à mesa de estranhos e intervir nas conversações. Era uma atmosfera de extroversão e disponibilidade. Um simples gesto como o brinde trazia à tona toda uma carga de inclusão e demonstração de laços entre bebedores” (CAMARGO, 2009, p. 12).

O brinde, ainda hoje utilizado pelos bebedores da cachaça, que vem do termo grego *propinein*, que “denomina o gesto dos bebedores que se encaram durante as libações” (CAMARGO, 2009 p. 13). Tal saudação demonstra um compromisso de amizade recíproca, sendo, portanto uma desfeita, não se participar dele. Esses ritos “carregam um significado cultural dos gestuais de oferta, recebimento, troca de gentilezas”.

Mesmo nos cenários desfavoráveis, o gosto dos bebedores pela bebida não foi influenciado, pelo contrário. Nos momentos de ‘superexploração’ pelos portugueses, os brasileiros encontraram na cachaça um significado que justificava a luta pela independência.

A cachaça foi por muitos anos a única bebida destilada que a classe mais baixa poderia ter acesso. A produção da aguardente de cana, sempre atendeu ao consumo dos “pobres, escravos, mestiços e jornaleiros” (CAMARGO, 2009 p. 7). Sua distribuição aconteceu muitas vezes à margem da lei e em pequenos estabelecimentos (SOUZA, 2004).

Existem aqueles que afirmam que a discriminação da bebida vem da tentativa dos brasileiros de copiarem as práticas e costumes europeus e rejeitar aqueles originados no Brasil, influenciam até nos dias atuais o processo de institucionalização da bebida. Para Chalita (2008) a participação da cachaça no mercado internacional, poderia ser mais expressiva. Essa falta de representatividade da cachaça no mercado internacional se deve ao valor simbólico que lhe tem sido atribuído.

“O brasileiro é o único nacional que não assume a sua bebida, o seu destilado” (CÂMARA, 2004 p.133). Para este autor devido aos valores históricos, o brasileiro aprendeu a ter vergonha da cachaça. Na história social e cultural do país, houve um pensamento dominante “escrito pelas elites” de desprezo, interiorização e algumas vezes ódio da cultura popular, de povos que foram e ainda tem sido por vezes marginalizados.

Cavalcante (2011) compara o tratamento dado aos consumidores de outras bebidas como o uísque, o vinho, o rum, a vodca e o licor com o tratamento dado àqueles que consomem a cachaça. Estes têm sido vistos como “vagabundos, pingüços, bêbados” e outras denominações similares. Já aqueles que consomem outros destilados, quando ficam bêbados, são referidos como alguém que apenas “passou do limite”. Exemplo desse tratamento pejorativo aos consumidores da cachaça pode ser visto no momento em que o ex-presidente do Brasil, Luís Inácio Lula da Silva, foi taxado como “alcoólatra” por jornalistas do *New York Times* (VEJA, 2004). Esse fato aconteceu por terem sido divulgadas imagens do ex-presidente com o copo da bebida na mão. Em resposta ao acontecido, Lula afirmou que “uma pessoa chique ganhando cachaça é algo chique. Um metalúrgico ganhando cachaça é cachaceiro” (CAVALCANTE, 2011 p. 156). Todos esses equívocos, acrescidos do reconhecimento legal tardio e da dificuldade dos produtores de cachaça em obterem apoio

para aprimorarem suas práticas de produção, têm sido prejudiciais na imagem e até mesmo na produção e comercialização da cachaça.

Outro aspecto cultural e social atrelado ao consumo da bebida é que ao contrário de outras bebidas alcoólicas que geralmente são consumidas nos acontecimentos sociais, a cachaça desde seu surgimento é consumida nas mais diversas situações cotidianas, desde uma reunião com os amigos até mesmo, em momentos individuais (SOUZA, 2004). Câmara (2004 p.135) ressalta essa característica em sua obra “Cachaça, prazer brasileiro”, quando destaca a seguinte frase: “Unidos beberemos! Sozinhos também!”. Todas essas características demonstram uma história de força e resistência às ideologias, regimes e golpes. A cachaça tem a força do povo e somente por esse motivo tem sobrevivido. A cachaça e o povo caminham juntos na História brasileira. Todas as lutas, derrotas e conquistas sociais, políticas, econômicas e culturais do Brasil foram “encharcadas” e umedecidas com cachaça (CÂMARA, 2004).

Embora seja possível perceber que nas últimas décadas aconteceu um esforço maior do Estado de reconhecimento da bebida como “genuinamente brasileira”, ainda é necessário que a imagem vinculada à cachaça seja trabalhada na mente dos próprios brasileiros (CAVALCANTE, 2011; ESPARTEL, BARCELLOS, GOULARTE; 2010; CHALITA, 2008). A cachaça deve ser reconhecida como um patrimônio do Brasil. É preciso que ela seja “estudada, conhecida, interpretada, como qualquer outra expressão da nacionalidade, como o choro, o samba, a literatura, a dança, o carnaval, o nosso humor, a nossa cozinha, os nossos cantos e contos, a nossa religiosidade...” (CÂMARA, 2004 p.134). Toda essa cultura e simbologia têm sido determinantes no processo de produção e comercialização da bebida.

É necessário além de traçar a história e as especificidades sociais e culturais da cachaça, perceber como a bebida tem se inserido no mercado nacional e internacional, percebendo quais têm sido os desafios e oportunidades relacionadas a este setor.

5 A INSERÇÃO MERCADOLÓGICA DA PRODUÇÃO DE CACHAÇA ARTESANAL

A cachaça vem sendo desde sempre considerada um produto de valor comercial. Tanto que é comum se observar em sua trajetória, momentos em que ela serviu como moeda de troca, como para a compra de escravos no Brasil colônia (CAMARA, 2004; CAVALCANTE, 2011). Desde quando a cachaça passou a existir, ela sempre teve admiradores e consumidores fiéis.

Em contrapartida, nos últimos anos, houve uma alteração nos desafios a serem enfrentados pelas organizações, independentemente da área a que pertencem. As trocas comerciais e as exigências estabelecidas nas práticas de comercialização têm sido determinantes na inserção mercadológica da cachaça, sobretudo a artesanal. As transformações contextuais dos últimos anos têm exigido também certos cuidados no processo de produção e comercialização da bebida (ESPARTEL, BARCELLOS, GOULARTE, 2010).

A cachaça artesanal é tida como um produto diferenciado, de valor agregado e está dentre as preferidas do país. Apesar disso, a sua comercialização ainda não possui números tão expressivos. Os produtores têm enfrentado problemas relacionados à falta de informação, dificuldade de investimentos em práticas de modernização e padronização da produção; e, portanto tem sido um desafio, competir com bebidas industrializadas.

O processo evolutivo de inserção da cachaça no mercado acontece desde o Brasil colônia. Como a bebida foi desde sempre uma das bebidas mais populares, nos armazéns e casas de comércio é que se era comumente encontrada e vendida. A produção acontecia desde os primórdios nos engenhos de cana- de açúcar. Com o passar do tempo e o declínio do mercado açucareiro, passaram a existir apenas as “casas de cozer méis”, nome dado aos hoje

chamados “alambiques”, criados para a produção da aguardente de cana (CÂMARA, 2004; CAVALCANTE, 2011).

Nos séculos XVI e XVII a aguardente já possuía produtos concorrentes, como por exemplo, o vinho de Portugal. Embora tenha tido tentativas por parte da Coroa de reprimir a demanda pela cachaça e aumentar o consumo do vinho Português, a população em nenhum momento deixou de consumi-la. Percebe-se que já no século XVI a cachaça era um produto muito bem aceito no mercado e de fácil comercialização.

Do século XVI aos dias atuais algumas importantes mudanças aconteceram. O mercado da bebida hoje conta com importantes modificações e transformações no quadro institucional. O setor tem passado por um momento de ajustamento às novas condições de concorrência, ao mesmo tempo em que também vem conquistando competitividade e preço (VERDI, 2006). A cachaça tem vivenciado um processo de mudança de *status*, que tem contribuído para um consumo nacional diferenciado. Além de ser um produto popular, a cachaça também é hoje consumida por um público que se mostra exigente e com maior poder aquisitivo (SOUZA, 2012).

Embora no passado a bebida fosse preferência dos ‘pobres e marginalizados’, hoje também são encontrados apreciadores da cachaça em meio às classes A e B (COUTINHO, 2003). A característica de produto de baixo valor de mercado, também não tem se confirmado dentre todos os tipos de cachaças produzidas hoje no país. Um exemplo é a marca Havana, que está dentre as cachaças artesanais mais caras do país (FARIA, 2002). É possível comprar hoje uma cachaça Havana com o valor de R\$ 1.900,00ⁱⁱ.

Apesar do alto valor agregado de algumas das cachaças artesanais do país, não é possível se afirmar que a maioria dos alambiques do país tem marca registrada e legalizada. O que se tem observado é que a maioria dos produtores de cachaças artesanais ainda enfrenta dificuldades relacionadas à legalização e à padronização da marca. Como consequência, produtos que poderiam ser comercializados fora do país, somente são distribuídos em poucos locais e em pequena quantidade (CÂMARA, 2004; FARIA, 2002; VERDI, 2006; SOUZA, 2012).

O consumo da cachaça artesanal tem sido basicamente destinado ao mercado interno. No total, de acordo com dados disponibilizados pelo Sebrae (2008) tem-se somado 419,7 milhões de litros consumidos anualmente de cachaça artesanal. Apesar disso, Souza (2012) indica que esse número é bem maior se for considerada toda a informalidade do consumo não declarado neste setor. Quando se fala em produção de cachaça artesanal, o Estado de Minas Gerais se destaca. A produção de cachaça de alambique nesta região tem correspondido 15% do mercado total de bebida (artesanal e industrial) (SOUZA, 2012; FARIA, 2002). Somente de produção artesanal o estado produz 50% deste total (FARIA, 2002).

Dentre os produtores de cachaça artesanal do país, a maioria é de médio ou pequeno porte. O porte de um produtor é classificado conforme sua capacidade de produção de litros de cachaça. Os produtores artesanais de pequeno porte que produzem até 10.000 litros/safra e uma produção aproximada de 23 litros/dia. Os produtores de médio: de 10 mil a 40 mil litros/safra e 104 litros de cachaça/dia. Produtores de grande porte: acima de 40 mil litros/safra e 709 litros/dia (SOUZA, 2012; FARIA, 2002). Grande parte dos produtores artesanais tem sido representada por empresas familiares e geralmente produzem cachaça em complementação à renda.

Esses médios e pequenos produtores são caracterizados por Faria (2002). Dentre as práticas principais que descrevem esses produtores pode-se citar: i) comercialização da garrafa de cachaça de garrafão de 5 litros; ii) venda a granel da safra do ano, com tempo mínimo de armazenamento; iii) preço muito baixo competindo com a cachaça industrial e sofrendo prejuízos; iv) clandestinidade (falta de registro e formalização dos alambiques); v)

ausência de marca; vi) venda na porta do alambique; vii) pouco controle de qualidade; viii) conhecimentos técnicos totalmente empíricos, baseados geralmente na tradição familiar.

Diante do atual cenário, em que são exigidas práticas de adequação legal e padronização da produção, os alambiques têm tido uma série de dificuldades (VERDI, 2006; SOUZA, 2012). Muitos desses produtores sofrem até mesmo com a falta de recursos necessários para o investimento na produção da cachaça. Ademais tem faltado a esses produtores informações indispensáveis a práticas como: legalização da atividade, melhoria da qualidade do produto e da produtividade. Outro fator que tem dificultado à ampliação de atuação dos médios e pequenos produtores tem sido a “pesada” carga tributária incidente sobre suas atividades (CACHAÇA COM NOTÍCIA, 2013).

Apesar de se reconhecer que existe um potencial de exportação da cachaça artesanal, também não se pode negar que os últimos anos foram significativos para o aumento da comercialização da bebida em mercados internacionais. O crescimento na quantidade exportada se explica pela estruturação do quadro institucional do setor no país, principalmente a partir de 1997 com criação de associações como a ABRABE (Associação Brasileira de Bebidas), a FENACA (Federação Nacional das Associações de cachaça de alambique, a APEX (Agência de Promoção de Exportações e Investimentos). Também a criação da Câmara Setorial da Cachaça pelo MAPA foi determinante para a expansão do mercado. Tais organizações e instituições têm auxiliado na capacitação técnica de produtores, na valorização da imagem do produto e na divulgação da cachaça no exterior (VERDI, 2006).

Em síntese, percebe-se que o mercado da cachaça artesanal sempre existiu no país, entretanto nos últimos anos, com as modificações contextuais, o mercado deste setor se tornou mais complexo. Tem sido exigido dos produtores a regularização e padronização de suas atividades. Embora as dificuldades sejam muitas, a bebida oferece hoje um potencial promissor.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo realizado aponta eventos, coerções e resistências que auxiliam no entendimento da produção da cachaça e sua perspectiva mercadológica. Conforme destacado por Machado-da-Silva *et al* (2001), o formalismo presente na sociedade brasileira reforça a importância de mecanismos isomórficos coercitivos. Percebe-se também a importância dos mecanismos normativos.

Aqui cabe destacar as contribuições de DiMaggio e Powell (2005) e do assim chamado novo institucionalismo: ao processo de institucionalização ocorrem respostas dos agentes presentes no setor, o que é perceptível não só nos movimentos de contestação durante o ‘Brasil colônia’, mas também na organização e pressões originadas dos produtores, que trazem visibilidade para um setor em pleno crescimento.

A institucionalização por meio das normas, aspecto comum no Brasil, tem dificultado a continuidade das atividades de pequenos produtores e sua adequação aos critérios de qualidade, visando a homogeneização da produção em detrimento da consideração à diversidade da forma como é produzida a cachaça artesanal.

Os aspectos sociais e culturais relacionados ao consumo e comercialização da bebida advêm da própria cultura brasileira, que é composta por tradições diversas. A cachaça está envolta por simbologias. Ao seu significado têm sido atrelados os mais diversos sentimentos e emoções humanas. Entretanto existe também uma visão negativa e pejorativa associada à bebida, que remete aos aspectos de sua ‘criação’ e consumo por classes subservientes e, posteriormente, a classe baixa.

Este trabalho é considerado relevante por contribuir com reflexões acerca das especificidades culturais, históricas e mercadológicas que tem feito parte do cenário de cachaça no Brasil. Percebeu-se a necessidade de práticas e políticas que favoreçam a inserção

e desenvolvimento dos produtores de cachaça artesanal, visto que este é um setor que possui um amplo potencial que não tem sido devidamente explorado. Sugere-se para trabalhos futuros a realização de pesquisas empíricas que discutam as práticas utilizadas por produtores de cachaça no processo de fabricação no produto, a fim de identificar dificuldades e aprimorar a reflexão acerca da bebida.

7 REFERÊNCIAS

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis : Vozes, 32. ed., 2010, p. 239.

BRASIL. **Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994**. Dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas, autoriza a criação da Comissão Intersetorial de Bebidas e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8918.htm>. Acesso em 14 de fevereiro de 2015.

BRASIL. **Portaria nº 6, de 05 de janeiro de 2006**. Cria a Câmara Setorial da Cadeia Produtiva da Cachaça. Disponível em: <<http://extranet.agricultura.gov.br/sislegis-consulta/consultarLegislacao.do?operacao=visualizar&id=17517>>. Acesso em 13 de fevereiro de 2015.

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 em Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2001/D4062.htm>. Acesso 11 de fevereiro de 2015.

BRASIL . **Decreto nº 2314, de 04 de setembro de 1997**. Regulamenta a Lei nº 8918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas. Disponível em <<http://extranet.agricultura.gov.br/sislegis-consulta/consultarLegislacao.do?operacao=visualizar&id=101>>. Acesso em 12 de fevereiro de 2015.

BRASIL **Decreto nº 34.645, de 14 de abril de 1993**. Regulamenta a Lei nº 10.853, de 4 de agosto de 1992, que cria o Programa Mineiro de Incentivo à Produção de Aguardente - Pró-Cachaça, e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.siam.mg.gov.br/sla/download.pdf?idNorma=5034>>. Acesso em 12 de fevereiro de 2015.

BRASIL **Decreto nº 4841, de 2 de outubro de 2003**. Altera dispositivos do Regulamento aprovado pelo Decreto nº 2.314, de 04 de setembro de 1997, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas.. Disponível em: < <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2003/decreto-4851-2-outubro-2003-497513-publicacaooriginal-1-pe.html> >. Acesso em: 02 fevereiro 2015.

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.. Disponível em:

<<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2009/decreto-6871-4-junho-2009-588673-normaatuizada-pe.pdf>>. Acesso em: 02 fevereiro 2015.

CACHAÇA COM NOTÍCIAS. Boas doses de benefícios Segundo estudos, cultura da cana emite mais água e reduz a emissão de CO2 beneficiando o meio ambiente. E ainda produz a bebida mais democrática do planeta. **Jornal informativo da AMPAQ**. Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade. ano 7., n. 30, jul./ago. 2013.

CÂMARA M. **Cachaça**: Prazer Brasileiro. Editora Mauad. 2004

CÂMARA, M. Fantasia não eliminada. **Revista de História da Biblioteca Nacional**. Rio de Janeiro, n. 33, jun. 2008. Disponível em:
<<http://www.revistadehistoria.com.br/secao/artigos/pinga-polemica>>. Acesso em 23 de fev de 2015.

CAMARGO, D. de.. Cachaça versus café: a guerra das substâncias nos corpos e nas cidades (final do século XIX e começo do século XX). **Patrimônio e Memória**, v. 5, n. 1, p. 22-38, 2009.

CAVALCANTE, M. S. **A verdadeira história da cachaça**. Sá Editora, 2011.

CHALITA, M. A. N.. A construção social e econômica do gosto e da preferência, o valor simbólico da mercadoria e o desempenho das exportações de cachaça. **Informações Econômicas**, SP, v.38, n.5, maio 2008.

COUTINHO, E. P. Aspectos da evolução do mercado da cachaça. **Anais... XXIII Encontro Nac. de Eng. de Produção - Ouro Preto, MG, Brasil, 21 a 24 de out de 2003. ENEGEP 2003.**

DIMAGGIO, P. J. POWELL, W. W. A gaiola de ferro revisada: isomorfismo institucional e racionalidade coletiva nos campos organizacionais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 45, n. 2, 2005, p. 74-89.

ESPARTEL, L. B.; BARCELLOS, M. D. de; GOULARTE, J. H.. O mercado de cachaça da região sul do Brasil: um estudo exploratório. **Revista Alcance**, v. 18, n. 2, p. 219-236, 2011.

FARIA. R. G. B. de. **Estudo de consumo de cachaça artesanal em bares e botequins no município do Rio de Janeiro**. Dissertação (mestrado). Administração. Rio de Janeiro. 2002
FEITOSA, P. C. L. **A cachaça como identidade cultural**. Monografia (graduação).Curso de Turismo. Universidade de Brasília. Brasília. DF.2009.

FERREIRA J. L. M. **Cachaça, o espírito mineiro**. Edição do Autor. 2013.

GUERRA, I. A. F. de. **O reconhecimento da marca "cachaça" como um produto exclusivo brasileiro**: um estudo aplicado ao mercado da união europeia. 2005. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comércio Exterior e Relações Internacionais, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005.

MACHADO-DA-SILVA, C. L.; GUARIDO FILHO, E. R.; NASCIMENTO, M. R.; OLIVEIRA, P. T. Formalismo como mecanismo institucional coercitivo de processos

relevantes de mudança da sociedade brasileira. In: XXV Encontro Anual da ANPAD, 2001. **Anais... XXV ENANPAD 2001**, Rio de Janeiro, p. 1-15.

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO – MAPA.

Instrução Normativa nº 20, de 25 de outubro de 2005. Disponível em:

<<http://extranet.agricultura.gov.br/sislegis-consulta/consultarLegislacao.do?operacao=visualizar&id=13717>>. Acesso em 12 de março de 2015

MINISTÉRIO DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO - MAPA.

Regulamento técnico para fixação dos padrões de identidade e qualidade para aguardente de cana e para cachaça. Disponível em:

<<http://www.mapadacachaca.com.br/download/regulamento-tecnico-para-fixacao-dos-padroes-de-identidade-e-qualidade-para-aguardente-de-cana-e-para-cachaca/>>. Acesso em 12 de março de 2015.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR -

MDIC. **Brasil exportou US\$ 20,5 bilhões em agosto.** 01 de setembro de 2014. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/noticia.php?area=5¬icia=13383>>. Acesso em 12 de março de 2015.

OLIVEIRA, J. T. G. S. B, MARTINS M. L. C.. O Programa Nacional de Certificação da Cachaça: uma Estratégia Política para o Consumo. **Anais.. V ENEC - Encontro Nacional de Estudos do Consumo. I Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo Tendências e ideologias do consumo no mundo contemporâneo** 15, 16 e 17 de setembro de 2010 - Rio de Janeiro/RJ. 2010.

PECI, A. A nova teoria institucional em estudos organizacionais: uma abordagem crítica. **Cadernos Ebape**, v. 4, n. 1, mar., 2006.

PORTAL BRASIL. Cachaça é reconhecida como produto brasileiro pelos EUA. 27 de março de 2013. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/governo/2013/03/cachaca-e-reconhecida-como-produto-brasileiro-pelos-eua>>. Acesso em 03 de março de 2015.

ROSAS G. M. A. Cachaça ou pinga ou aguardente ou canjebrina ou caninha ou...: em diferentes lugares, um símbolo nacional. **Anais... XVI Encontro Nacional de Geógrafos.** Porto Alegre. 2010.

SAVOYE, A. Análise institucional e pesquisas sócio-históricas: estado atual e novas perspectivas. **Mnemosine**, v. 3, n. 2, p. 181-193, 2007.

SILVA, E. A.; PEREIRA, J. R.; ALCÂNTARA, V. C. Interfaces epistemológicas sobre administração pública, institucionalismo e capital social. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, mar. 2012.

SILVA, J. M. da.. **Cachaça: Patrimônio Histórico e Cultural do Brasil.** Brasília. Instituto Brasileiro de Estudos de Concorrência, Consumo e Comércio Internacional. Junho. 2010. Disponível em: <

http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/camaras_setoriais/Cachaca/22_reuniao/Patrimonio_Historico_e_Cultural_do_Brasil.pdf >. Acesso em 15 de fevereiro 2015.

SOUZA V. L. O elo entre a produção, o consumo e a comunicação mercadológica da cachaça artesanal orgânica mineira. **Publ. UEPG Appl. Soc. Sci.**, Ponta Grossa, v. 20, n. 2; p. 169-77, jul./dez., 2012.

SOUZA, R. L.de. Cachaça, vinho, cerveja: da Colônia ao século XX. **Revista Estudos Históricos**, v. 1, n. 33, p. 56-75, 2004.

SUDDABY, R. Challenges for institutional theory. **Journal of Management Inquiry**, v. 19, n. 1, 2010, p. 14-20.

TOLBERT, P. S; ZUCKER, L. G. A institucionalização da teoria institucional. In: CLEGG, S. R. (org.). **Handbook de estudos organizacionais**. São Paulo, Atlas, 1999, v. 1. cap. 6, p. 194-217.

VEJA. On line. **Afasta de mim esse cálice: Impulsividade de Lula e assessores tresloucados transformam uma questão prosaica criada por reportagem do New York Times em uma grande crise**. Edição 1854. 19 de maio de 2004. Disponível em <http://veja.abril.com.br/190504/p_036.html>. Acesso de 01/02/2015>. Acesso em 15 de fevereiro 2015.

VERDI, A.R.. Dinâmicas e perspectivas do mercado da cachaça. **Informações Econômicas, São Paulo**, v. 36, n. 2, p. 93-8, 2006.

WILLMOTT, H. "Institutional work" for what? problems and prospects of institutional theory. **Journal of Management Inquiry**, v. 20, n. 1, 2011, p. 67-72.

ⁱ Aguardente seria assim chamada, pois quando a cana de açúcar era fermentada, parte dela evaporava para o teto do engenho. Quando a bebida voltava ao estado líquido, caía sobre as feridas dos escravos e ardia (CAVALCANTE, 2011). Existem aguardentes de: milho, laranja, ananás, uva, mandioca, dentre vários outros alimentos.

ⁱⁱ Informações obtidas em: <http://lista.mercadolivre.com.br/cachaca-havana>. Acesso em 18 de março de 2015.