

UNESP  **UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA**

“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”

**Faculdade de Ciências e Letras
Campus de Araraquara – SP**

RAFAEL CLARO DANIEL

**PEQUENA PRODUÇÃO DE CACHAÇA NO
INTERIOR PAULISTA: A INFORMALIDADE EM
QUESTÃO**



ARARAQUARA — S.P.

2016

RAFAEL CLARO DANIEL

PEQUENA PRODUÇÃO DE CACHAÇA NO INTERIOR PAULISTA: A INFORMALIDADE EM QUESTÃO

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós em Ciências Sociais, da Faculdade de Ciências e Letras — UNESP/Araraquara, como requisito para Obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais.

Linha de pesquisa: Trabalho e movimento social

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Luiz Sapia de Campos

Bolsa: CAPES

ARARAQUARA — S.P.

2016

Daniel, Rafael Claro
PEQUENA PRODUÇÃO DE CACHAÇA NO INTERIOR PAULISTA:
A INFORMALIDADE EM QUESTÃO / Rafael Claro Daniel –
2016
163 f.

Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) –
Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita
Filho", Faculdade de Ciências e Letras (Campus
Araraquara)

Orientador: Ricardo Luiz Sapia de Campos

1. Pequeno produtor. 2. Agricultura Familiar. 3.
Informalidade. 4. Cachaça. 5. Habitus. I. Título.

Ficha catalográfica elaborada pelo sistema automatizado
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

RAFAEL CLARO DANIEL

PEQUENA PRODUÇÃO DE CACHAÇA NO INTERIOR PAULISTA: A INFORMALIDADE EM QUESTÃO

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós em Ciências Sociais, da Faculdade de Ciências e Letras — UNESP/Araraquara, como requisito para Obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais.

Linha de pesquisa: Trabalho e movimento social

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Luiz Sapia de Campos

Bolsa: CAPES

Data da defesa/ entrega: ____/____/____

MEMBROS COMPONENTES DA BANCA EXAMINADORA:

Presidente e Orientador: Prof. Dr. Ricardo Luiz Sapia de Campos

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” — UNESP/ Araraquara

Membro titular: Prof. Dr. Rodrigo Constante Martins

Universidade Federal de São Carlos- UFSCar

Membro titular: Profa. Dra. Renata Medeiros Paoliello

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” — UNESP/ Araraquara

Local: Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” — UNESP Campus de Araraquara — SP- Faculdade de Ciências e Letras/ FCLar

Aos meus avós, José Maria Claro e Maria Izabel Fernandes Claro.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente e, em especial, aos meus avós José Maria Claro e Maria Izabel Fernandes Claro, sem os quais eu nada teria ou seria. Por todas as bênçãos, pela fé inabalável, amor sem limites, carinho e pelo apoio incondicional. Por terem sempre acreditado e por tanto terem sonhado e orado por mim. São vocês os melhores tesouros que um neto poderia ter e é por vocês que eu fiz, faço e continuarei fazendo tudo!

À minha mãe, que sempre fez o possível e o impossível por seus filhos, guerreira, lutadora e que sempre acreditou em mim, confiando e apoiando todas as minhas decisões e escolhas. Por todo amor e atenção e, sobretudo, por me criar e permitir que eu me tornasse a pessoa e o profissional que me tornei: essa é a maior riqueza que herdei de ti.

Ao meu pai, José Carlos Aparecido Daniel, que mesmo sem entender muito bem o sentido disso tudo sempre procurou acreditar e apoiar sem nunca questionar minhas escolhas.

Ao meu irmão, Thiago Claro Daniel, que sempre me apoiou com seu carinho e abraços, comemorando as conquistas e não me deixando lamentar os erros.

À minha amada Alice, minha cachaça e minha inspiração, por todo o apoio e por me aguentar nas crises e nos momentos de humor desagradável, suportando, mesmo diante de tantas dificuldades, minha impaciência e falta de sensibilidade, incentivando, acreditando e demonstrando seu orgulho por mim com elogios e palavras sempre sinceras e carinhosas.

Aos meus filhos, Francisco e Elis, que na pureza de suas infâncias são todo o alicerce e a fonte de toda a força que um homem precisa para continuar!

Às minhas tias Sonia Maria Claro e Izabel Aparecida Daniel, pelo apoio, incentivo e interesse.

Ao meu orientador, Ricardo Luiz Sapia de Campo, que me deu a direção certa a seguir em momento no qual os caminhos me pareciam tão confusos e estranhos. Agradeço também ao nosso grupo de estudos Capitalismo Cognitivo, Ruralidade e Agricultura, à Andréia Roviero, Jéssica Aline Troiano e Lícia Nara Fagotti, pelos conselhos e auxílios com indicações de leituras.

Ao amigo e mentor Landerson Batata, companheiro que cruzou meu caminho em alguma encruzilhada distante no tempo e sempre me acompanhou, me ensinado sobre a vida e sobre humildade. Foi de fundamental importância sempre tê-lo ao meu lado, por me fazer entender que meu lugar não é superior ao de ninguém e que essa vida sempre será um eterno aprendizado, seja na loucura das noites ou na sanidade das manhãs.

Aos amigos Rafael Luis dos Santos, Fernando Almeida, Marco Aurélio Clemente, Denis Pallone, Luiz Otávio Wilmers Filho, Rafael Formenton Macedo e Victor Brigante, por me ouvirem falar sem parar nos bares e churrascos da vida, por beberem cachaça comigo e por me acompanharem nos alambiques sábados e domingos de manhã para comprar cachaça e tomar alguns tragos enquanto eu proseava com os artesãos.

Aos amigos da República Bixo de Sete Cabeças, Edinho, Bruno, Bazza, Serjão, Topeira, Lucão, pelas saudáveis conversas muitas vezes regadas a cachaça e por todo o conhecimento que colhi estando junto a vocês.

À Lívia Bocalon Pires de Moraes, à Daniela Rodrigues Alves de Lima, ao Gabriel Papa Ribeiro Esteves e ao Alexandre Aparecido dos Santos, pelas conversas e os conselhos.

Aos professores Rodrigo Constante Martins e Renata Medeiros Paoliello pelas orientações na banca de qualificação e pela participação na defesa de mestrado, por todas as contribuições que me fizeram repensar a pesquisa e concluir essa dissertação

Agradeço também à UNESP/FCLAr e à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) pela bolsa de mestrado, sem a qual não seria possível realizar essa pesquisa e esse curso.

E por fim, aos próprios produtores de Cachaça de Alambique que venho conhecendo em minhas pesquisas, pelas histórias, pelas conversas e, sobretudo pela Cachaça, que antes de ser tema de uma pesquisa, é combustível para os caminhos da vida.

*“Nosso banco/Tá cotado
No mercado/Exterior
Então taxa/A cachaça
A um preço/Assutador”*

(Chico Buarque, “O Malandro”, in *A Ópera do Malandro*)

RESUMO

O presente trabalho buscou compreender e debater a estrutura e o funcionamento informal da pequena e média produção de cachaça no interior do estado de São Paulo. Busquei entender e debater como o agente produtivo se caracteriza e se singulariza dentro do mercado de cachaça, compreendido este na sua dimensão social, de grandes singularidades e de competitividade discrepante. Foquei os produtores que não estão de acordo com a legislação vigente, e, portanto, aparecem como informais. Sustento a ideia de que a informalidade está relacionada ao *habitus* e as práticas dos produtores. A pesquisa desenvolvida se inseriu no debate sobre o perfil dos agentes produtores no contexto de uma reconfiguração do rural e pela transformação dos mercados e forma de produção de cachaça. O trabalho buscou entender e debater a informalidade como sendo uma forma de resistência alternativa às imposições burocráticas e à normatização das atividades.

Palavras-chave: Pequeno produtor. Agricultura Familiar. Informalidade. Cachaça. *Habitus*.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Classificação dos produtores de cachaça de alambique	50
Quadro 2	Exigências mínimas feitas para as instalações e equipamentos dos alambiques e engenhos produtores de cachaça e aguardente	84
Quadro 3	Alíquotas para os Tributos Federais nos Regimes de Lucro Real e Lucro Presumido	94
Quadro 4	Resposta dos produtores quando questionados se possuíam ou não registro no MAPA, quais eram estes registros e justificativas dadas	131
Quadro 5	Considerações dos produtores sobre os mercados regulamentados	136

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	TABELA DO SIMPLES NACIONAL: Alíquotas e Partilha do Simples Nacional — Indústria	92
Tabela 2	Distribuição de Classes	97
Tabela 3	Classe por capacidade do recipiente	97

LISTA DE FOTOS

Foto 1	Moenda de cana-de-açúcar	52
Foto 2	Dornas de Fermentação	54
Foto 3	Alambique de Cobre	55
Foto 4	Coluna de destilação de uma grande destilaria	56
Foto 5	Barris utilizados para o envelhecimento	58
Foto 6	Barris utilizados para o envelhecimento	59
Foto 7	Cachaças engarrafadas e local de engarrafamento	60
Foto 8	Cachaças engarrafadas e local de engarrafamento	60
Foto 9	Sítio São Francisco – Cachaça Beija-Flor (Guarapiranga – SP)	155
Foto 10	Sítio São Francisco – Cachaça Beija-Flor (Guarapiranga – SP)	155
Foto 11	Casa da Cachaça (Brotas-SP)	155
Foto 12	Produtor da Cachaça Beija-Flor e Cachaça Vanalli, Sr. Luiz Antonio Vanalli (Guarapiranga – SP)	156
Foto 13	Produtor da Cachaça Beija-Flor e Cachaça Vanalli, Sr. Luiz Antonio Vanalli (Guarapiranga – SP)	156
Foto 14	Produtor da Cachaça Beija-Flor e Cachaça Vanalli, Sr. Luiz Antonio Vanalli (Guarapiranga – SP)	156

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Componentes básicos de uma moenda	51
Figura 2	Constituição esquemática de uma moenda	52
Figura 3	Esquema de um conjunto de alambique	56
Figura 4	Esquema de uma coluna de destilação	57

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AMPAQ	Associação Mineira de Produtores de Cachaça de Qualidade
APACERJ	Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça do Estado do Rio de Janeiro
APAR	Associação Pernambucana do Produtores de Aguardente de Cana e Rapadura
APPCA	Associação Paulista dos Produtores de Cachaça de Alambique
APRODECANA	Associação dos Produtores de Cana-de-Açúcar e Seus Derivados no Estado do Rio Grande do Sul
BPF	Boas Práticas de Fabricação
CSLL	Contribuição Social sobre o Lucro Líquido
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas
COFINS	Contribuição para Financiamento da Seguridade Social
CPF	Cadastro de Pessoas Físicas
EPIs	Equipamentos de Proteção Individual
EPPs	Empresas de Pequeno Porte
IBTP	Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário
ICMS	Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços
IE	Inscrição Estadual
INMETRO	Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia
IINPI	Instituto Nacional de Propriedade Industrial
INSS	Imposto Nacional da Seguridade Social
IPI	Imposto sobre Produtos Industrializados
IRPJ	Imposto de Renda de Pessoas das Jurídicas
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MEs	Microempresas
MMA	Ministério do Meio Ambiente
MTE	Ministério do Trabalho e Emprego
NCM	Nomenclatura Comum do Mercosul
OCP	Organismos de Certificação de Produtos
OIT	Organização Internacional do Trabalho
PIS	Programa de Integração Social
PNCC	Programa Nacional de Certificação da Cachaça
RAC	Requisitos de Avaliação da Conformidade
RT	Responsabilidade Técnica
SEBRAE	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SFA	Superintendência Federal de Agricultura, Pecuária e Abastecimento
SINDBEBIDAS	Sindicato das Indústrias de Cerveja e Bebidas em Geral do Estado de Minas Gerais
SRFB	Secretaria da Receita Federal do Brasil
ST	Substituição Tributária

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	15
1 INTRODUÇÃO E METODOLOGIA	17
1.1 Introdução ao tema da pesquisa: breve histórico da agroindústria da cachaça.....	17
1.2 Introdução ao problema da pesquisa.....	21
1.3 Metodologia de pesquisa	23
2 OS PRODUTORES DE CACHAÇA ARTESANAL NO INTERIOR DO ESTADO DE SÃO PAULO.....	30
2.1 Idade dos produtores, êxodo rural e a preocupação com a sucessão das atividades..	31
2.2 A questão da escolaridade enquanto resultado de um paradigma.....	33
2.3 A propriedade rural e a forma de organização do trabalho.....	36
3 A PRODUÇÃO DE CACHAÇA E O MERCADO DA CACHAÇA	49
3.1 Cachaça industrial vs. cachaça artesanal.....	49
3.2 A fabricação da cachaça.....	49
3.3 Saber fazer e o conhecimento produtivo.....	60
3.4 As “boas” e as “más” práticas de fabricação	64
3.5 Os valores e os preços da cachaça	67
3.6 O mercado de cachaça	70
4 LEGISLAÇÃO DA CACHAÇA: REGULAMENTAÇÃO DE PRODUTORES, CERTIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E TRIBUTOS.....	79
4.1 A regulamentação das atividades produtivas.....	79
4.2 A certificação da cachaça de qualidade.	86
4.3 Tributação da cachaça.....	89
5 A INFORMALIDADE NA PRODUÇÃO DE CACHAÇA ARTESANAL	102
5.1 A informalidade e a teoria.....	102
5.2 Os objetivos da informalidade	108

5.3	A trajetória social dos produtores artesanais de cachaça.....	112
5.3.1	Seu Felipe	113
5.3.2	Seu Joaquim e seus três filhos	115
5.3.3	Seu Zé.....	117
5.3.4	Seu Walter	118
5.3.5	Seu Tônico.....	120
5.3.6	Seu Lucas.....	121
5.3.7	Seu Jorge	123
5.3.8	Seu Lucio.....	125
5.4	A informalidade para os produtores.....	128
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	140
	REFERÊNCIAS	144
	Apêndice A — Fotografias.....	152
	Apêndice B — Questionário.....	155

APRESENTAÇÃO

A pesquisa aqui apresentada ocupou-se em investigar os possíveis motivos que levam ao alto percentual de informalidade entre produtores de cachaça artesanal no país. A investigação teve um lócus empírico específico — produtores concentrados em alguns municípios do interior do estado de São Paulo — e as considerações obtidas estão apresentadas nesta dissertação, organizada em cinco seções principais.

Na seção 1, “Introdução e Metodologia”, apresento uma breve introdução histórica ao tema da cachaça e outra sobre o problema desenvolvido e investigado na pesquisa, assim como, a metodologia utilizada na elaboração na pesquisa, a relação teoria e pesquisa e o texto dissertativo.

Na segunda seção, “Os produtores de cachaça artesanal no interior do estado de São Paulo”, apresento as principais características dos produtores entrevistados a partir do ponto de vista de algumas questões abordadas pela *sociologia rural*. Foi dado destaque a critérios tais como idade, escolaridade, extensão da propriedade, como se organiza o trabalho e se exercem ou não outra atividade além da produção de cachaça.

Na terceira seção, “A produção de cachaça e o mercado da cachaça”, procurei demonstrar de que modo ocorre a produção da bebida, diferenciando as formas industriais das artesanais de produção, primeiro de uma maneira técnica e depois de modo qualitativo, relacionando os métodos produtivos à própria realidade dos produtores. Em seguida, procurei demonstrar questões relacionadas ao preço da bebida e como ele é fixado pelos produtores, explicitando as determinações utilizadas por eles na própria forma como se organiza o mercado, cuja descrição coloca em destaque o papel do consumidor nessa organização.

Na quarta seção, “Legislação da cachaça: regulamentação de produtores, certificação dos produtos e tributação”, realizei uma explanação dos processos de *legalização* e *certificação*, apontando o que a legislação exige e quais os passos que um produtor deve seguir para legalizar seu negócio, demonstrando a complexidade desses processos. Em seguida, busquei simplificar qual a tributação estabelecida para bebidas alcoólicas, em especial a cachaça e a aguardente de cana-de-açúcar, e em quais regimes de tributos pode se inserir o pequeno e médio produtor. Mostrar a síntese do regime tributário permitiu compreender a complexidade do cálculo desses tributos, de que modo eles incidem sobre o preço final dos produtos interferindo no faturamento das empresas. A partir disso, foi possível

elaborar um esquema de possibilidades úteis para demonstrar de maneira objetiva os motivos materiais que levam ao alto percentual de informalidade existente entre os produtores de cachaça artesanal.

Na quinta e última seção, “A informalidade na produção de cachaça artesanal”, busquei desenvolver um capítulo no qual relaciono teoria e pesquisa empírica, demonstrando de que modo a questão da informalidade é e foi tratada por outros estudiosos do tema, definindo melhor o agente estudado a partir deste referencial teórico. O objetivo é apresentar a pesquisa de campo, as trajetórias dos agentes estudados e a apresentação da entrevista qualitativa, tendo sempre em vista a questão da informalidade, de forma a defini-la a partir das características dos produtores, de suas diferenças e similaridades.

1 INTRODUÇÃO E METODOLOGIA

1.1 Introdução ao tema da pesquisa: breve histórico da agroindústria da cachaça

A cachaça é o destilado mais consumido no Brasil. Entretanto, dos seus quase 1,4 bilhões de litros produzidos anualmente, apenas 400 milhões (30%) são de produção artesanal, sendo o restante de produção industrial (980 milhões de litros). Praticamente 98% dos produtores de cachaça no país são de pequeno e médio portes. Esses produtores geram algo em torno de 600 mil empregos diretos ou indiretos, porém, apenas 15% das 30.000 empresas produtoras (entre indústrias e alambiques) são registradas no MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento), de forma que há algo em torno de 25.500 (85%) produtores de cachaça não legalizados no Brasil. A grande maioria dos produtores é representada por pequenos estabelecimentos, e esses pequenos produtores ou produtores artesanais são formados por empresas familiares, as quais, em muitas vezes, têm na produção de cachaça uma complementação de renda, principalmente na entressafra agrícola (SEBRAE, 2008).

A importância histórica da cachaça está justamente relacionada ao início da colonização portuguesa no Brasil, quando o explorador Gonçalo Coelho, em 1502, trouxe algumas mudas de cana-de-açúcar para a colônia. A cana-de-açúcar é originária da Ásia e já havia sido cultivada pelos portugueses na Ilha da Madeira durante o reinado de Dom Henrique (1394-1460).

É muito provável que o surgimento da cachaça no Brasil tenha se dado antes da institucionalização do regime das Capitânicas Hereditárias. Há registros de que, em 1516, já havia significativa plantação de cana nas Sesmarias da Ilha de Itamaracá e do Canal de Santa Cruz, no litoral norte do Recife. O primeiro engenho que se tem registro no Brasil foi montado por Pedro Capico, na feitoria de Itamaracá. Foi encontrado documento na alfândega de Lisboa registrando a chegada, em 1526, de um carregamento de açúcar, oriundo de Itamaracá. Em 1532, chegaria ao Brasil a expedição de Martim Afonso de Souza, que fundou a vila de São Vicente, no litoral de São Paulo, e ali iniciou o plantio de cana e construção dos engenhos de Madre de Deus, do Governador e de São João, considerados marcos na colonização efetiva do país. A partir dessa época, começaram a se instalar os primeiros engenhos de açúcar no Brasil. Dessa forma, a cachaça teria surgido em algum engenho do litoral pernambucano, entre 1516 e 1526, ou de São Paulo, em 1532 (WEIMANN, 2009; MARTINS DA SILVA, 2006).

A produção de cachaça cresceu com a intensificação das viagens marítimas, decorrentes do comércio de açúcar e outras riquezas da nova terra e da crescente demanda por escravos africanos. O comércio de açúcar, entretanto, revelou-se mais rentável no nordeste brasileiro, o que fez com que os engenhos ao redor do Rio de Janeiro e do litoral paulista passassem a se dedicar mais à fabricação de cachaça. A produção da bebida logo originou um próspero comércio que desestabilizou o mercado português da bagaceira, bebida obtida a partir de destilados alcoólicos simples de bagaço de uva. Tal situação levou a um decreto régio, em 1635, proibindo o comércio da cachaça. Essa interdição transformou-se em taxaço, resultando em seguidas rebeliões, como a Revolta da Cachaça, em 1660, em São Gonçalo, no estado do Rio de Janeiro. Os impostos abusivos sobre a cachaça também contribuíram para a revolta que ocorreu em Vila Rica, liderada por Felipe dos Santos, contra a Coroa portuguesa que ordenou esquarterá-lo.

O mercado interno ávido por cachaça surgiu no século XVIII com a descoberta do ouro em Minas Gerais. A bebida era utilizada como reforço à alimentação dos escravos. Isso levou a uma Ordem Régia, de 12 de junho de 1748, proibindo o funcionamento dos alambiques da Capitania de Minas por conflitarem com os interesses do Reino e prejudicarem o trabalho escravo nas minas de extração de ouro. Outros impostos referentes ao comércio e à fabricação da bebida surgiram nesse mesmo século, resultantes de um subsídio para reconstrução de Lisboa, que havia sido atingida por um terremoto em 1756, e do chamado “subsídio literário” estabelecido no ano de 1773, em Portugal, para sustentar os “professores régios”. “Esses antecedentes ajudaram a fazer da cachaça um símbolo de resistência à dominação da metrópole. Brindar com cachaça representava uma atitude política de luta contra a opressão portuguesa”. Esse quadro somente começou a mudar com a vinda da Corte para o Brasil, em 1808, quando a cachaça se tornou um dos principais produtos de nossa economia (WEIMANN, 2009).

Com o ciclo do café, a partir do século XIX até a década de 1930, a cachaça começou a sofrer uma baixa em sua importância econômica, passando também a ser discriminada a partir da Proclamação da República, em 1889, como símbolo de decadência do passado imperial. Entretanto, segundo Cavalcante (2011), em São Paulo, a expansão das fazendas de café acabou contribuindo para o incremento da produção de aguardente. Isso porque a vinda de tantos imigrantes acabou resultando em um amplo mercado consumidor de aguardente.

O *status* da cachaça como símbolo nacional seria recuperado em 1922 com o Movimento Modernista, ao lado do samba, do carnaval e da feijoada. A partir de então, a importância cultural da cachaça passou a ser divulgada pelo meio artístico. Na literatura, por exemplo, o poema “Relicário”, de Oswald de Andrade (1970), em 1924, trata do tema:

No baile da corte
Foi o conde d'Eu quem disse
Pra Dona Benvinda
Que farinha de Suruí
Pinga de Parati
Fumo de Baependi
É comê bebê pitá e caí.

Na música, surge um movimento de divulgação da cachaça a partir de 1935 com “Camisa Listrada”, dos irmãos Valença, canção eternizada na voz de Carmen Miranda, seguindo assim com várias outras produções até os dias atuais, como a clássica “Marvada Pinga”, de Inezita Barroso.

A cachaça artesanal de qualidade passou a ser comercializada e ganhar o mercado em 1943, quando Anísio Santiago, fazendeiro de Salinas, no norte de Minas Gerais, começou a vender a Cachaça Havana. A marca tornar-se-ia, anos depois, uma das principais do país e sinônimo de cachaça artesanal de qualidade. Porém, a partir de 2001, a gigante francesa *Pernod-Ricard*, um conglomerado que atua no ramo de bebidas alcoólicas, proprietária da marca do rum *Havana Club*, ganhou uma ação na justiça requerendo o uso exclusivo do nome *Havana*. O pequeno produtor da região de Salinas, que comercializava a *Cachaça Havana*, foi obrigado a rotular sua cachaça com outro nome: a partir daí tornou-se *Cachaça Anísio Santiago*. Porém, a partir de 2010, o produtor conseguiu na justiça derrubar a decisão e voltou a usar o nome *Havana*, resultando no encarecimento do valor da *Cachaça Anísio Santiago*.

Outro exemplo de cachaça artesanal de qualidade, que alcançou grande representatividade no comércio de bebida, é a *Cachaça Maré Alta*, fabricada entre os anos de 1960 e 2005. Essa cachaça era produzida por Dom João Maria de Orleans e Bragança, herdeiro direto da família imperial, neto da princesa Isabel, que aportou à cidade de Parati na década de 1960 e adquiriu uma gleba de terra para o fabrico desta cachaça. Depois de tantas perseguições da Corte, um descendente da família real entregou-se aos encantos da cachaça e

passou a produzir o produto na região histórica de Parati, onde chegou a ter por volta de 150 alambiques no século XVIII.¹

Por maior que seja o esforço de alguns autores (CASCUDO, 1986; CÂMARA, 2004; TRINDADE, 2006; WEIMANN, 2009) em personificar a cachaça como um agente ou sujeito responsável por transformações históricas e relações sociais, os verdadeiros responsáveis foram agentes e sujeitos humanos, os quais fizeram uso da cachaça durante suas ações (AVELAR, 2009). Segundo Avelar (2009; 2010), esses autores fizeram uso de um recurso narrativo que buscava elevar a cachaça à condição de sujeito dos processos históricos noticiados, o que resultou em um deslocamento de atributos do nível das relações entre os indivíduos, apresentando-os naturalmente como derivados da própria cachaça. Entretanto, segundo o autor, é importante compreender que “objetos materiais só dispõem de propriedades imanentes de natureza físico-química: matéria-prima, peso, densidade, textura, sabor, opacidade, forma geométrica, etc.”, e que, os sentidos e valores não advêm das coisas, “mas da sociedade que os produz, armazena, faz circular e consumir” (2009, p. 3). Assim, defende que o objetivo de Luís da Câmara Cascudo (1986), por exemplo, autor do *Prelúdio da Cachaça*, primeiro livro que se dedicou a tratar da cachaça como tema de pesquisa, foi narrar a história da cachaça do ponto de vista da cultura popular sertaneja, vinculando-a à identidade nacional do Brasil.

A cachaça fora um instrumento identitário [...], mas não porque o povo insistiu em ingeri-la para se impor diante do estrangeiro e suas bebidas. Não porque expressa autonomia do homem sertanejo que se orgulha de coisas típicas do seu cotidiano. A aguardente compõe a identidade nacional porque mediou um conjunto de acontecimentos históricos diferentes que variaram em cada região e tempo. Faz parte da identidade nacional não como agente histórico, mas como elemento que intermediou relações entre sujeitos e forneceu inteligibilidade à interação entre eles”. (AVELAR, 2010, p. 18).

Por outro lado, os autores contemporâneos (CÂMARA, 2004; TRINDADE, 2006; WEIMANN, 2009) procuram *iconizar* o produto, ou seja, torná-lo um objeto de consumo. Seus livros procuram formar consumidores exigentes, distintos, interessados em se distinguir socialmente como um especialista em cachaça, procuram tornar os leitores versados no destilado de cana, ensinando-lhes processos de fabricação, mostrando-lhes as regiões produtoras, a situação do produto na economia nacional e o modo de conhecer uma cachaça de qualidade, assim como a forma de se estabelecer padrões organolépticos e definir o valor

¹ As informações foram retiradas do site: <http://www.mapadacachaca.com.br>.

simbólico e econômico dessa “nova” cachaça. Entende-se por “nova” cachaça o novo significado simbólico do produto, quando este deixa de ser algo consumido somente por classes mais baixas para atingir um consumidor muito mais exigente. Aqui, entendemos que esse esforço por parte dos autores contemporâneos em tornar a cachaça, além de um símbolo da cultura nacional, um sujeito responsável pelos processos históricos, desconsidera as ações dos agentes sociais e das instituições, únicas responsáveis pelo desenvolvimento dos processos históricos em volta da cachaça, ainda que essa ênfase seja importante para ampliar o mercado do produto.

Diante disso, compreendo que a agroindústria da cachaça ao longo dos séculos promoveu, desde o início da colonização, disputas provocadas pelas investidas dos colonizadores na produção, distribuição, troca e consumo da bebida, sendo que os responsáveis por essas disputas e conflitos foram justamente aqueles agentes presentes na produção dos engenhos (escravos e trabalhadores livres), nas redes de comércio locais e externos, nos canais de comunicação, etc. Esta é a principal razão pela qual empreendi esta pesquisa: compreender os sujeitos responsáveis pelas atividades produtivas — produtores de cachaça artesanal que se encontram na informalidade — e as instituições envolvidas na regulamentação desta, assim como a importância dos órgãos atuantes direta ou indiretamente junto aos sujeitos dos nossos estudos, como o SEBRAE e centros de pesquisas. No entanto, para se chegar a esta compreensão tomei como ponto de partida a perspectiva dos produtores.

1.2 Introdução ao problema da pesquisa

A partir dos números expostos anteriormente, alguns questionamentos começaram a surgir. Dentre eles, o mais central nesta pesquisa seria o porquê de tantos produtores estarem na informalidade e não possuírem registro de suas atividades. As primeiras hipóteses elaboradas levavam em conta, por um lado, dificuldades estruturais apresentadas pelos produtores diante de questões tais como a alta burocratização a ser enfrentada no momento da regulamentação e, também, o alto custo deste processo, gastos com documentos, adaptações na estrutura dos engenhos e alambiques, entre outros, além da alta carga tributária que acompanha a produção e o comércio de bebidas alcoólicas. Por outro lado, seriam as práticas sociais dos produtores que apresentavam resistência à formalização das atividades produtivas, em especial contra a própria burocracia do Estado. Essas práticas, geralmente informais, seriam derivadas de um *habitus* transmitido ao longo das gerações. Esta última hipótese foi a

que exigiu maior dedicação para ser compreendida, já que demandou um contato pessoal com os produtores e não fora encontrada em nenhuma das referências bibliográficas consultadas.

A questão que permeia toda questão da informalidade está intimamente relacionada aos problemas advindos da questão rural no Brasil. Os produtores de cachaça artesanal são caracterizados pela organização familiar das atividades produtivas e, portanto, sujeitos aos problemas encontrados nesse meio, como baixa escolaridade, evasão de jovens, dispersão de políticas públicas, dominação exercida por grandes proprietários de terra e frutos da chamada “modernização conservadora”.

Além disso, o próprio mercado de cachaça é composto de uma série de características que determinam a posição dos agentes produtivos dentro dele, de forma que todos os produtores informais lidam com a própria estruturação do mercado. Este, por sua vez, sofre influência dos agentes produtivos que dele participam, sendo esses divididos em produtores industriais e artesanais regulamentados ou informais. Os produtores informais são os que atuam de maneira mais indireta, pois suas atividades produtivas e de comércio são cerceadas pelas determinações da legislação. Além disso, o estigma da cachaça constituído ao longo dos anos determina a forma pela qual os diferentes tipos de consumidores se movimentam dentro do mercado.

Mesmo que tenha havido, principalmente nas últimas duas décadas, uma valorização simbólica positiva sobre a cachaça, em especial a cachaça artesanal, com o seu reconhecimento como produto legitimamente brasileiro, que por sua vez tem resultado na formação de consumidores cada vez mais refinados e exigentes, para a maioria da população, a cachaça continua sendo reconhecida como uma bebida popular consumida somente por classes com baixo poder aquisitivo.

Por um lado, essas questões podem resultar em dificuldades para o pequeno produtor, que para expandir sua produção precisa passar por complexos e caros processos de regulamentação e de certificação e depois arcar com altíssimos tributos na manutenção do *status* adquirido, o que para as pequenas unidades familiares tem sido algo praticamente impossível. Por outro lado, a transformação pela qual passa, nos últimos anos, o estado de estigmatização acaba por resultar em consumidores de confiança, que reconhecem nas cachaças artesanais, mesmo de produções informais, grande qualidade e se tornam clientes e amigos dos produtores.

Esses diversos fatores garantem para as ciências sociais um campo de estudo interessante e vasto de informações que envolvem questões culturais, sociais, políticas e simbólicas na concepção dos sujeitos ali presentes. Assim, propus-me realizar um estudo de caso, direcionado a um conjunto de produtores específico, localizados em alguns municípios da Região Administrativa Central do estado de São Paulo, com exceção de um, pertencente à região de Campinas. Esse estado é reconhecido por sua grande participação na produção industrial de cachaça no país, mas é lugar também de mais de uma centena de pequenas unidades de produção.

Este estudo, mesmo que não corresponda a uma compreensão absoluta do problema da informalidade presente na produção de cachaça no país, ao menos pretende dar um norte em relação ao problema e possibilitar a elaboração de futuros estudos com um lócus empírico mais amplo.

1.3 Metodologia de pesquisa

O primeiro momento da pesquisa ocupou-se de um levantamento bibliográfico de temas relacionados à cachaça: sua história e etnologia, sua importância cultural na realidade do país; além disso, procurou dar conta do conhecimento das técnicas de produção e, sobretudo, o entendimento da legislação e da tributação do produto e dos processos de regulamentação e certificação. Com isso, o objetivo foi compreender, a partir dessas questões, o *modus operandi* da própria agroindústria do setor ao longo da história e o atual momento da cachaça.

O foco principal foi compreender a extensa e complexa legislação do produto, os processos de regulamentação e a tributação vigente para a cachaça. Tendo em vista que um dos propósitos centrais do trabalho foi o de compreender porque a informalidade é um traço tão marcante nos produtores artesanais de cachaça, o entendimento das leis e desses processos era necessário para a abordagem dos produtores em campo. Foi também necessário transcrever essa legislação e esses processos para que haja ciência da tamanha complexidade e da quantidade de burocracia envolvidos na regulamentação e na manutenção da cachaça formal.

O segundo momento da pesquisa concentrou-se em trabalho de campo com produtores localizados em sete municípios do interior do estado de São Paulo, quais sejam, Taquaritinga, Dobrada, Araraquara, Ribeirão Bonito, Ibaté, São Carlos e Brotas. Seguindo o modelo de

Becker (1993), três estágios foram executados durante o trabalho de campo: seleção e definição de problemas e conceitos; controle sobre a frequência e a distribuição de fenômenos, de forma a conter e interpretar as variações que surgiram com a observação, as entrevistas e as conversas informais nos alambiques; posteriormente, ocorreu uma construção de modelos que se preocupam exclusivamente com a questão da informalidade produtiva; e, com o término da pesquisa de campo foi realizado o processo de escrita, pós-análise dos dados observados e coletados nas entrevistas (BECKER, 1993).

O estado de São Paulo, onde está localizado o lócus da pesquisa, é aquele que mais produz cachaça no país, representando 46% da produção. E, mesmo que a maioria desta seja de produção industrial, existem inúmeros alambiques no estado. Entretanto, a maioria das referências encontradas sobre o tema cachaça quase nunca mencionam o estado de São Paulo como um grande produtor de cachaça artesanal ou de alambique, fato esse que se deve à alta produção industrial. “Destaca-se a participação do Estado de São Paulo na produção nacional de cachaça, posicionando-se como líder no *ranking* no processo industrial, enquanto no artesanal, ocupa o segundo lugar, sendo superado apenas por Minas Gerais.” (VERDI, 2006, p. 96)

Devido ao fato de a maioria dos produtores estarem na informalidade e, por isso, “escondidos”, não era possível localizá-los através de fontes *online* ou em bancos de dados. Assim, busquei ajuda junto aos pesquisadores do Centro de Pesquisa e Desenvolvimento da Qualidade da Cachaça da Faculdade de Ciências Farmacêuticas da UNESP, Campus de Araraquara², os quais me disponibilizaram alguns contatos entre os que vinham participando nos últimos dez anos do *Concurso e Encontro da Cadeia Produtiva da Cachaça*, realizado pelo Centro. Outros foram localizados a partir de indicações dos próprios produtores.

² “O Centro de Pesquisa e Desenvolvimento da Qualidade da Cachaça tem por objetivos unir pesquisadores, profissionais, estudiosos, técnicos, produtores de cachaça e entidades de apoio ao setor agroindustrial através de atividades conjuntas e planejadas visando: Desenvolvimento de Projetos; Formação de pesquisadores; Realização de cursos teóricos e práticos com vistas a uma melhor qualificação do setor; Estimular o desenvolvimento da qualidade de cachaça e de seu efetivo controle por parte dos produtores e órgãos oficiais dessa área; Estabelecer atividades de consultoria técnica específica a produtores de cachaça; Criação e manutenção de um banco de dados do setor de produção de cachaça; Divulgação constante e atualizada da produção técnica e científica da área.”. Texto informado pelo *website* do Centro, disponível em: <http://www2.fcfar.unesp.br/#!/unidade-auxiliar/alimentos-e-analise-ambiental/centro-de-pesquisa-e-desenvolvimento-da-qualidade-da-cachaca/centro/>. Acesso: 04/05/2015

Via *website* do MAPA³, que disponibiliza em sua página um arquivo com a lista completa de estabelecimentos produtores de bebidas industrializadas produzidas para o consumo humano registrados no Brasil no ano de 2014⁴, pude observar o número de estabelecimentos registrados em todo país que produz cachaça ou aguardente de cana-de-açúcar, assim como todos os outros tipos de bebidas alcoólicas. Foi elaborada outra lista a partir desta com os estabelecimentos (razão social) e os produtos (cachaça, aguardente e também alguns derivados — marcas) localizados somente no Estado de São Paulo, assim como seus respectivos municípios, e o número que obtive foi de 216 estabelecimentos entre indústrias e pequenos e médios produtores (alambiques), parte desses com um número reduzido de produtos registrados (de 1 a 5 produtos) outros às vezes com mais de 30 e ou até mesmo com mais de 100 produtos registrados⁵.

Em pesquisa realizada na Faculdade de Farmácia por Ricardo Augusto Bonotto Barboza, com tese defendida em 2011 e intitulada *Transferência de tecnologia e atividades de extensão universitária: análise do projeto de Capacitação de Pequenos Produtores de Cachaça do Estado de São Paulo*, o autor disponibilizou alguns números. No projeto de capacitação estudado por Barboza, o trabalho foi realizado com 64, 84, 71, 98 e 115 produtores durante os anos de 2006, 2007, 2008, 2009 e 2010, respectivamente, estando esses concentrados em dezenas de municípios que também participaram do projeto de capacitação. O estudo sugere que o número de produtores informais que se encontram na área rural do estado de São Paulo é bastante grande.

Ainda assim, não é possível determinar número ou percentual exato, só o que posso afirmar é que com os oito produtores trabalhados nessa pesquisa, somente dois deles têm legalizados a produção e os produtos, até porque foram os únicos encontrados na lista do MAPA. Também é possível mencionar a identificação do registro de um terceiro, que se recusou a gravar entrevista e responder o questionário, mas que durante as conversas informais nos disse que vendia cachaça a granel para indústrias localizadas no município de Pirassununga, SP, o que explica o registro. Porém, não havia marca do produto, somente a identificação dos tipos de cachaça prata e cachaça ouro.

³ Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/vegetal/qualidade-seguranca-alimentos-bebidas/bebidas>. Acesso: 15/05/2015

⁴ Até o presente momento, não havia disponível uma lista referente ao ano de 2015.

⁵ É importante dizer que mesmo com tantos produtos, cachaça e aguardente são somente alguns, o que mostra que esses estabelecimentos (geralmente, grandes destilarias) produzem uma infinidade de bebidas alcoólicas, as mais variadas possíveis: vodca, catuaba, conhaque, bebidas e coquetéis com sabores e adocicados, entre outros.

Por outro lado, observei que alguns produtores que garantiram a legalização não se encontravam na lista do ministério referente ao ano de 2014. Podem ser dois os motivos: teria havido omissão por parte dos produtores, o que é bastante justificável, tendo em vista o receio que existe da fiscalização, a qual poderia resultar em multas, proibição das vendas e a interrupção das atividades produtivas; ou os produtores não fizeram renovação dos registros, o que resultou na inexistência dos dados deles na lista consultada. No caso de um produtor em especial, que afirmou que o produto fora registrado 40 anos atrás, é possível que ele não tenha conhecimento de que o produto precisa ser renovado a cada 10 anos ou simplesmente tenha ignorado essa questão por já ter um círculo de mercado confiável.

Assim, a pesquisa foi realizada com o total de sete produtores de cachaça artesanal ou de alambique localizados na área rural dos municípios de Taquaritinga, Dobrada, Araraquara, Guarapiranga, Ibaté, São Carlos e Brotas, interior do estado de São Paulo. *A priori*, procurei dar preferências em visitar somente produtores informais e com uma produção que não excedesse os 10 mil litros anuais. Porém, a capacidade produtiva dos agentes acabou por exceder algumas vezes bem mais que o esperado, por isso esse critério deixou de ser utilizado.

Os questionamentos relacionados às condições estruturais dos produtores foram abordados a partir de alguns temas pertinentes à sociologia rural, como idade, escolaridade, êxodo rural, sucessão das atividades, extensão da propriedade, pluriatividade e, principalmente, o debate sobre agricultura familiar, tendo como diálogo principal, neste último caso, autores como Ricardo Abramovay (2007, 1997), Maria José Carneiro (2006; 1999; 1998) e Wanderley (2009; 2004). Além disso, buscou-se compreender de que modo os produtores se relacionam com o mercado e com o significado da informalidade.

Assim como Antônio Candido (1982, p. 20) busca compreender de que modo ocorre “a obtenção dos modos de vida” dos agrupamentos caipiras que estudou, sendo esse “um aspecto da vida social” dos indivíduos, o qual, além de um “tema sociológico” é considerado um “problema social”, é assim que compreendo o alto percentual de informalidade presente nos produtores artesanais de cachaça em todo o país.

Para compreender as possíveis motivações ou interesses pessoais dos produtores referentes à questão da informalidade — sendo essas as questões mais subjetivas que determinam as escolhas relacionadas à regulamentação ou não dos processos produtivos — e de que modo esses articulam as diferentes formas de capitais que possuem (econômico, cultural, social e simbólico), utilizo a sociologia relacional de Bourdieu (1983; 1996; 2001a;

2001b; 2003; 2004), trabalhando com os conceitos de *habitus* e de campo, de forma a esboçar o espaço social no qual esses produtores se inserem.

Segundo Setton (2012, p. 64) o conceito de *campo* faz parte do corpo teórico da obra de Bourdieu, noção que traduz sua concepção social. “Campo seria um espaço de relações entre grupos com distintos posicionamentos sociais, espaço de disputa e jogo de poder”. Para Bourdieu, “a sociedade é composta por vários campos, vários espaços dotados de relativa autonomia, mas regidos por regras próprias”.

Segundo Bourdieu, *campos* são espaços estruturados de posição cujas propriedades dependem da posição dos agentes nesses espaços (BOURDIEU, 1983, 2003). *Campos* são os espaços onde se manifestam as relações de poder, podendo ser estruturados em dois polos: os dominantes e os dominados (BOURDIEU, 1983). Para o autor, os *campos* são ainda caracterizados pela busca de uma afinidade específica, que seja “capaz de favorecer investimentos igualmente absolutos por parte de todos que possuem as disposições (*habitus*) requeridas”. Além disso, “a lógica específica de um campo se institui em estado incorporado sob a forma de um *habitus* específico” (BOURDIEU, 2001a, p. 21).

Habitus é uma noção que se liga, simultaneamente, à história dos campos e à história social dos sujeitos, é produto dos condicionamentos sociais e tende a reproduzir a lógica objetiva desses condicionamentos, uma espécie de máquina transformadora que faz com que os sujeitos reproduzam as condições sociais da sua própria produção, porém de maneiras relativamente imprevisíveis. Sendo produzido pela História, o *habitus* é um princípio de invenção que opera relativamente ao seu modo (BOURDIEU, 2003, p.140). Por operar relativamente ao seu modo, esse sistema de disposições adquiridas na relação com um determinado *campo* e aos espaços sociais que o constitui, o *habitus*, é algo duradouro (BOURDIEU, 2003). O que pode determinar as transformações duradouras do *habitus* são os ajustamentos incessantemente impostos pelas necessidades de adaptação a situações novas e imprevistas. Os ajustamentos ocorrem inclusive porque o próprio *habitus* define a percepção da situação — condição permissiva da realização do *habitus* — que o determina. Assim, o *habitus* possui capacidades de assimilação e de adaptação, realizando de modo ininterrupto esses ajustamentos ao mundo em que se encontra (BOURDIEU, 2003, p. 141-142).

Sendo o *habitus* um gerador de práticas e representações distintas e distintivas (BOURDIEU, 2008), de ações, comportamentos e escolhas individuais, produtos de uma relação entre um *habitus* e as pressões e estímulos de uma conjuntura, Bourdieu (2004) chama

a atenção para a existência de interesses — motivações inerentes a todo indivíduo dotado de um *habitus* em um determinado *campo* — variáveis segundo o tempo e o lugar. Assim, há tantos interesses quanto campos, espaços sociais de jogo historicamente construídos, com suas instituições específicas e suas leis próprias de funcionamento (BOURDIEU, 2004, p. 126).

Assim, permeado ao mercado de cachaça, encontra-se vinculado o campo do poder, que atua junto do campo burocrático ou através da burocracia (2008), ou seja, através da normatização das atividades e das práticas e da cobrança de tributos, mais especificamente através de instituições responsáveis pela execução e incentivo à legitimidade da normatização.

Considerando a existência desse espaço, minha hipótese é de que existe um interesse comum a todos os produtores, sendo esse o capital econômico propriamente. O que se encontra em disputa, portanto, dentro desse espaço, é principalmente o direito de produzir e comercializar a cachaça ou mesmo a busca pelo capital econômico e simbólico — este último no caso da promoção da marca, principalmente para os produtores regulamentados. Para se conseguir isso de forma legítima, é necessário a regulamentação das atividades produtivas. Da perspectiva do Estado, o capital econômico adquirido pode ser legítimo ou não. Dessa forma, passando o interesse econômico pela necessidade de um reconhecimento legal por parte do Estado, observei que a diferença entre os interesses dos produtores industriais e dos artesanais, dos regulamentados e dos informais, está relacionada propriamente ao *habitus* desses agentes ou às práticas produzidas por *habitus* similares.

Entendo, então, que essa diferença entre os interesses dos agentes produtivos se dê justamente pelos capitais e pelo *habitus* que estes possuem. São as estruturas constitutivas de um tipo particular de meio — que pode ser entendido como as condições materiais de existência características de uma condição de classe — que produzem determinado *habitus* — sistemas de disposições duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes ou, melhor dizendo, como principio gerador de práticas que podem ser objetivamente “reguladas” e “regulares”, sem ser produto da obediência às regras e que são objetivamente adaptadas ao seu fim sem supor intenção consciente dos fins (BOURDIEU, 1983, p. 60-61). Entendo, então, que os produtores presentes no mercado de cachaça são originários de meios diferentes e, por isso possuem *habitus* diferenciados, conseguidos em espaços sociais (meios) diferenciados (ou adquiridos, ou modificados), e também por possuírem capitais diferenciados (economicamente e culturalmente), e isto faz com que os

produtores necessariamente acabem assumindo diferentes posturas em relação às regras normativas. E também utilizam estratégias diferenciadas para adquirir esse interesse comum a todos, o capital econômico, sendo essas estratégias geradas pelas práticas que os produtores (industriais e artesanais, informais ou não) utilizam.

Práticas, por sua vez, são produzidas pelos *habitus* e determinadas pela antecipação implícita de suas consequências, isto é, “pelas condições passadas da produção de seu princípio de produção de modo que elas tendem a produzir as estruturas objetivas das quais elas são o produto” (BOURDIEU, 1983, p. 61). A prática, em outras palavras, é o produto da relação dialética entre uma situação e um *habitus* — o que podemos entender como sendo produto de uma relação entre a trajetória e a posição ocupada pelo agente no campo (Op. cit., p. 63-65).

Com o objetivo de apresentar de que maneira isso ocorre, procurei realizar uma descrição pormenorizada dos dados obtidos na pesquisa empírica através de entrevistas, das conversas informais e da observação, de forma a apresentar a trajetória social e individual de cada produtor estudado, estando esta limitada ao histórico relatado pelos produtores cachaça. Essa descrição possibilitou analisar e compreender quais foram as estratégias adotadas pelos produtores para que continuassem produzindo.

Tendo em vista que para Bourdieu (apud MONTAGNER, 2007) “toda trajetória individual deve ser compreendida como uma maneira singular de percorrer o espaço social, onde se exprimem as disposições do *habitus*”, é necessário, segundo Montagner (2007), situar os agentes sociais no seu grupo social para narrar e delinear a construção diacrônica da trajetória dos produtores dentro do espaço social considerado, que é o negócio ou o mercado de produção e comercialização de cachaça, não perdendo de vista que a informalidade está inserida dentro dessa estrutura. A atual conjuntura desta estrutura — o estado atual do negócio da cachaça — influencia significativamente as práticas dos produtores, atualiza seus *habitus* — mesmo os informais — de acordo com as situações, a ocasião e a conjuntura em si mesma.

Feito isso, o intuito foi de compreender que a informalidade é algo que está além das explicações relacionadas à legislação e aos tributos, mas também uma estratégia que mobiliza práticas geralmente não reconhecidas pelo governo e são fundamentais para a reprodução de um *status quo* próprio desses produtores, algo que está muito bem relacionado com o fato de suas empresas serem também unidades produtivas familiares. Diante disso, ao apresentar as trajetórias o objetivo foi identificar quais são essas práticas.

2 OS PRODUTORES DE CACHAÇA ARTESANAL NO INTERIOR DO ESTADO DE SÃO PAULO

Os agentes produtivos que esta pesquisa estudou foram caracterizados, em primeiro momento, a partir da produção artesanal de cachaça informal e a pequena produção familiar. Diferenças fundamentais entre eles seriam encontradas no momento da pesquisa de campo, entretanto, as similaridades precisavam ser consideradas, primeiramente, para a delimitação do campo, já que as diferenças seriam observadas no desenrolar da pesquisa.

Para traçar um perfil geral dos produtores, considerou-se a idade, escolaridade, êxodo rural, sucessão das atividades, extensão da propriedade, como se organiza o trabalho e se exerce ou não outra atividade, além da produção de cachaça. Levou-se também em consideração a quantidade de cachaça que cada um produz anualmente, o preço médio e tipo de cachaça, se faz envelhecimento do produto e onde este é comercializado.

Entre as características similares dos produtores, observou-se a localidade rural, a produção em pequena quantidade, a informalidade total ou parcial das atividades produtivas e comerciais, uma relação com mercados limitados locais ou regionais, a organização familiar das atividades, contratação de mão-de-obra temporária durante o período da safra para o corte de cana e auxílio no engenho e a manutenção dos alambiques como espaços de sociabilidade, através de vendas no próprio local da produção.

No desenvolvimento da pesquisa de campo, as seguintes diferenças entre os produtores foram identificadas: níveis de escolaridade variáveis, que influenciam ou não na forma como o produtor aborda o próprio negócio, destacando-se o perfil de produtor familiar sem grandes ambições de expandir as atividades, mas também um perfil empresarial dinâmico e bastante instruído, com grandes ambições e grande visão de mercado; quantidade produzida anualmente bastante variável entre os produtores, indo de 10 a 100 mil litros/ano; produtores que operam completamente na informalidade e outros que estão de acordo com a legislação, entretanto acabam comercializando o produto sem nota fiscal no próprio estabelecimento; círculos de mercados que vão desde o local até o internacional; a organização familiar das atividades foi encontrada exceto em um produtor, que trabalha sozinho, porém variam de acordo como a forma que o trabalho se organiza; o contrato de mão de obra temporária com registro em carteira é feito por um dos produtores, enquanto o restante faz contrato informal através de acordos “de boca”, excetuando um dos quais o trabalho é feito integralmente pela família do produtor.

2.1 Idade dos produtores, êxodo rural e a preocupação com a sucessão das atividades.

A idade dos produtores pesquisados varia entre 47 e 69 anos, tendo por média uma idade de 58 anos entre eles. É notável que a idade geral dos produtores exceda os 40 anos, algo demonstrado em pesquisa realizada pelo SEBRAE em 2012, na qual a distribuição é relativamente uniforme entre os grupos de 35 a 45 anos, 45 a 55 anos e 55 a 65 anos, o que equivale a 66% do total de estabelecimentos rurais do país (SEBRAE, 2012). A característica nacional da idade avançada dos produtores rurais também é presente entre os agentes estudados e esta está relacionada à grande evasão de jovens que têm por destino as cidades.

Segundo Camarano e Abramovay (1999, p. 11), a razão principal que resultou em um alto e rápido êxodo rural a partir dos anos 1970, foram os “subsídios, os incentivos econômicos e o aparato institucional mobilizados para estimular a adoção de técnicas produtivas e culturas altamente poupadoras de mão-de-obra”. É isso que também resultará na escassez de mão de obra, principalmente para o trabalho no corte da cana — um problema apontado por todos os produtores de cachaça —, assim como o envelhecimento da população e sua masculinização, visto que a evasão de moças é muito maior (CAMARANO; ABRAMOVAY, 1999).

O que geralmente ocorre é que os jovens têm abandonado o campo em busca de opções de estudo e emprego com salário fixo e a garantia de direitos trabalhistas. O êxodo dos jovens, por sua vez, resulta em uma sucessão familiar cada vez menor, o que já tem levantado questionamentos sobre um possível esvaziamento do rural no futuro. As pesquisas que analisam as motivações para que os jovens deixem o campo, apontam desde a baixa perspectiva de renda na agricultura camponesa, o trabalho laborioso, a falta de participação na gestão da economia familiar e a busca por melhor infraestrutura, serviços públicos e opções de lazer (REDIN; SILVEIRA, 2012; REDIN et. al. 2013).

O que alguns dos produtores de cachaça lamentavam era o fato de não verem a continuidade da produção nos filhos, visto que alguns já haviam partido para a cidade para cursar faculdade em áreas aquém do rural. Outros tinham esperanças de que os genros continuassem a produção, pois as filhas já exerciam outras profissões, também na cidade. Por outro lado, destaca-se o caso de dois produtores em que os filhos, mesmo tendo cursado grau superior, estavam retornando e assumindo as atividades da família.

Cabe apontar o fato de que, conforme destacam Camarano e Abramovay (1999), nas regiões Sul e Sudeste a evasão vem diminuindo desde os anos 1990. Porém, isso não muda o fato de que os jovens continuam almejando as oportunidades de mudar de vida com as oportunidades proporcionadas pela cidade. Isso se deve, sobretudo, ao fato de que a questão do êxodo rural está diretamente ligada à questão do acesso aos serviços básicos de cidadania. Assim, os autores lembram que isso ocorre porque os indicadores educacionais do meio rural brasileiro apontam grande precariedade e “uma melhor qualidade da educação no meio rural poderia ampliar as chances de o campo ser um espaço que desperte nos jovens o interesse de aí realizar seus projetos de vida” (p. 20). Como isso ainda não ocorre, é possível que a busca por uma educação de qualidade acabe justificando a partida para as cidades.

Em estudo realizado por Zago e Bordignon (2012) sobre questões relacionadas à “agricultura familiar, suas transformações, os limites e os desafios para as novas gerações permanecerem na mesma profissão dos pais no meio rural”, os autores irão assinalar o fato do jovem hoje ver-se confrontado com diversas realidades, estando estas relacionadas ao próprio meio rural e associadas às condições de trabalho e de identidade na profissão, como ao urbano e “tudo o que ele representa em termos simbólicos, enquanto possibilidades de lazer, renda regular, entre outros benefícios que avaliam poder usufruir”. A possibilidade de ingressar no ensino superior, então, se sustenta na “perspectiva de melhorar suas chances no mercado de trabalho e condições de vida, pela ampliação do capital cultural” (p. 7).

Os autores ainda lembram a questão midiática e o poder televisivo como produtores de aspirações e desejos que estão além das referências dos jovens sobre modos de viver:

Na televisão predominam temas da vida urbana, e mesmo quando surgem os temas referentes ao meio rural, estes também são “urbanizados”. Outro aspecto é a própria imagem desses dois universos presentes na sociedade: ao campo é agregada a ideia de um lugar simples, singelo e harmônico, enquanto a cidade é concebida como um lugar de comunicação, conhecimento e luz. (ZAGO e BORDIGNON, 2012, p. 6).

Assim, retomando o caso dos produtores citado logo acima, destaco que existem controvérsias quando se trata da cachaça. Vejo que isso pode estar relacionado ao fato de que, com um maior acúmulo de capital no caso daqueles jovens que retornaram e assumiram o negócio da família, os capitais adquiridos possam ter estimulado esses jovens a promover o negócio, que veem nos investimentos de capitais a possibilidade de promover o produto e alcançar maiores disputas no mercado. De qualquer modo, este fora o caso de dois produtores entrevistados e cabe ainda mencionar que, mesmo que estes ainda estejam transitando entre

práticas informais e legais, foi o incentivo dos filhos que motivou os pais a expandir a produção e buscar a regulamentação.

Por outro lado, a questão relatada por parte de alguns produtores em relação a não sucessão das atividades produtivas ainda é bastante comum. De qualquer modo, a cachaça artesanal é um produto que adquiriu certa peculiaridade entre outros produtos fabricados no meio rural e justamente por isso que ela pode proporcionar nos filhos dos produtores um maior interesse em permanecer no meio rural, visto que essa atividade produtiva vem crescendo e sendo bastante valorizada nos últimos anos, como já fora apontado.

2.2 A questão da escolaridade enquanto resultado de um paradigma

No que se refere à escolaridade dos produtores, observamos que o alto percentual de ensino fundamental incompleto, demonstrado pelo SEBRAE (2012), também se aplica aos produtores de cachaça, pois apenas três dos produtores cursaram ensino superior, enquanto o restante tenha apenas concluído o primeiro ou segundo grau do ensino fundamental.

O que foi observado na pesquisa de campo é que o baixo grau de escolaridade se dá justamente onde há agricultura familiar. Isso estaria relacionado, de acordo com as considerações de Wanderley (2009), à forma conservadora como se deu o processo de modernização da agricultura no Brasil, que acabou por subordinar essa à indústria, algo que somente acabou sendo vantajoso aos grandes proprietários que puderam se beneficiar das políticas públicas de crédito agrícola e assim reforçarem ainda mais a concentração fundiária.

Dessa forma, o processo de modernização da agricultura foi estabelecido por um progresso de escala da propriedade, ficando o pequeno produtor familiar excluído desse processo e a parte desse modelo de empresa rural que se formava a partir dos anos de 1960. Estando à margem, o pequeno produtor rural ficou limitado ao seu próprio trabalho em busca da sua própria subsistência, distanciado do mercado e sem condições estruturais para a própria escolarização (WANDERLEY, 2009, p. 36-37).

Além do mais, como mostram estudos de autores como Sergio Leite (2002), Miguel Arroyo (2007), Arroyo, Caldart e Molina (2004), o campo sempre fora visto como o lugar do atraso, o que fez com que as políticas sociais e educacionais não fossem prioritárias para os que lá estavam. Assim, “à população do campo foi negado o acesso aos avanços ocorridos nas

duas últimas décadas como o reconhecimento e a garantia do direito à educação básica” (JUNIOR; NETTO, 2011, p. 47).

Segundo Janio Ribeiro dos Santos (2010), o primeiro modelo educacional ofertado no campo foi o da Educação Rural, o qual era adequado a modelos políticos que visavam o desenvolvimento econômico do campo, e tinha suas bases fundamentadas no interesse das elites dominantes. Dessa forma, a escola, tanto na cidade como no campo, desenvolveu uma educação que visou a atender principalmente a exigências políticas e econômicas, geralmente não contemplando as demandas humanas e sociais dos sujeitos da classe trabalhadora que nela estava.

A expressão popular registrada por Leite (2002), de que “gente da roça não carece de estudos”, é bastante esclarecedora da visão ideológica defendida pelo acentuado elitismo que organizara um processo educacional instalado no país desde os jesuítas e mantido pela oligarquia agrária que sempre ditou as regras (LEITE, 2002 apud RIBEIRO DOS SANTOS, 2010).

Além de visar à fixação do homem no campo e de manter a exploração de trabalhadores por meio do trabalho manual nas lavouras dos grandes latifundiários (RIBEIRO DOS SANTOS, 2010), essa forma de ensino visava também a privilegiar as demandas das cidades, já que esta era vista como “local da civilização, da sociabilidade e da expressão política, cultural e educativa, um exemplo a ser seguido, e o campo como lugar do atraso, do tradicionalismo cultural, uma realidade que precisa ser superada” (Op. cit., p. 4). Assim, a política de Educação Rural também estava desvinculada dos propósitos da população camponesa, e aqueles que estavam inseridos dentro de uma agricultura familiar, acabariam recebendo o mesmo ensino dado aos trabalhadores assalariados.

Cabe mencionar que esse modelo de Educação Rural toma por base os princípios do paradigma do capitalismo agrário⁶ (RIBEIRO DOS SANTOS, 2010), o qual entende o camponês como sinônimo do atraso que tende desaparecer com o desenvolvimento capitalista do campo para se transformar em agricultor familiar e agente importante e necessário que faz parte do agronegócio (FELÍCIO, 2006). É por isso que este último, sendo o modelo de desenvolvimento econômico predominante no campo, nunca concebeu a educação como uma política pública e sempre se contrapôs à com a nova concepção de educação defendida pelos

⁶ Ver Abramovay (2007).

movimentos sociais, a Educação no/do Campo. Esse modelo educacional, postulado nos princípios do paradigma da questão agrária, tem os camponeses como protagonistas do processo de construção política de educação para as áreas da reforma agrária (SOUZA, 2008; RIBEIRO DOS SANTOS, 2010). É preciso colocar que para este paradigma não existe uma diferenciação entre camponês e agricultor familiar, já que ambos possuem “a família e o trabalho familiar por característica, pois, ao mesmo tempo em que a família é proprietária dos meios de produção, assume o trabalho no estabelecimento produtivo” (FELÍCIO, 2006, p. 28). Entretanto, esse paradigma entende que os dois precisam deixar de abominar o mercado e aprender a lidar com ele.

Tendo agora por base os produtores com os quais trabalhei, aqueles que continuam radicados nas propriedades rurais, são agricultores familiares e possuem apenas o grau fundamental de escolaridade, possivelmente são frutos do modelo de Educação Rural, já que a idade dos produtores confirma isso. É possível que esse modelo tenha, por um lado, gerado nesses produtores uma aceitação ao modelo econômico que começava a ser imposto, não como algo que eles devem seguir, mas algo que eles não imaginam condição de mudar e lidam com ele da melhor maior possível.

De qualquer modo, isso pode estar relacionado ao fato dos pequenos produtores estarem buscando estratégias para lidar com a pressão da modernização da agricultura. O problema nunca foi a falta de escolaridade, mas a percepção desta falta, pois o agente da inovação, aquele que traz a modernização para o campo como sendo para ele o mecanismo do progresso, está trazendo algo diferente do habitual para as populações lá presentes, um conhecimento às vezes inacessível aos pequenos produtores.

Por esse motivo que os produtores que possuíam grau superior, a minoria, sendo eles também os que viveram a maior parte da vida em áreas urbanas, queixaram-se mais dos valores pagos em tributos do que com a burocracia presente na legislação, o que se fez contrário para o restante. Nesse sentido, mesmo que todos sejam informais — ou usem de práticas informais — e mesmo que todos possuam práticas similares no trato com a legislação e a reprodução das atividades produtivas, a diferença estrutural em cada alambique, propriamente, a segurança no lidar com o negócio que apresentaram e as características individuais, está necessariamente relacionada às formas e a quantidade de capitais que os produtores possuem. Isso ficará mais claro com a apresentação das trajetórias de cada produtor.

Assim, a escolaridade pode sim influenciar no modo que os produtores se relacionam com o mercado e com a legislação que regula a produção e comércio de cachaça. Mas isso se deve principalmente aos capitais que os produtores possuem e a forma que esses capitais foram adquiridos. Os produtores informais que nunca procuraram iniciar ou mesmo compreender os processos de regulamentação são justamente aqueles que possuem apenas o grau fundamental de ensino. Dessa forma, a educação superior, para os produtores que a possuem, acaba sendo uma forma de proporcionar outra perspectiva, de forma a empreender o negócio dentro das normas exigidas e dentro daquilo que o mercado espera. Ou, é possível considerar que os estudos tenham contribuído para que os produtores adquirissem mais do que Bourdieu (2001b) vai chamar de capital organizacional, o qual inclui dentro de si um capital de informação sobre o campo ou o mercado em questão e de capital tecnológico, que é a carteira de recursos científicos que proporciona um potencial investigativo ou de técnicas suscetíveis de serem implementadas na concepção e fabricação dos produtos, como procedimentos, aptidões, rotinas e conhecimentos únicos e coerentes (p. 239). Porém, isso não pode ser considerado regra, já que a questão dos altos tributos é determinante quando se trata de regulamentar ou não a produção.

2.3 A propriedade rural e a forma de organização do trabalho

Em relação à extensão da propriedade, o que se observou é que somente dois dos produtores possuíam uma propriedade que excede os 10 alqueires, sendo essas de 36 e 80 alqueires paulistas⁷. Os outros produtores possuem uma propriedade que varia de 2,0 a 9,0 alqueires. É importante ressaltar que a extensão da propriedade não interfere na quantidade de cachaça produzida anualmente. Não interfere, pois a área utilizada para a produção de cachaça artesanal acaba sendo sempre a mesma, já que a quantidade produzida se repete a cada ano. Assim, mesmo produtores que possuem grandes propriedades mantêm a mesma produção da bebida. Não é vantagem produzir muito para quem faz envelhecimento e pretende ter um produto de qualidade, além disso a quantidade precisa estar de acordo com a capacidade de armazenamento.

Assim, dos oito produtores pesquisados todos possuem outra fonte de renda além da produção de cachaça. Cinco deles produzem cana-de-açúcar para as usinas da proximidade da

⁷ Um Alqueire Paulista equivale a 2,42 hectares ou 24.200 metros quadrados.

propriedade sendo que um recebe também aposentadoria e tem a cachaça somente como um complemento da renda. Destacamos outro produtor, que além de produzir cana-de-açúcar para a usina, também possui uma indústria de confecção de roupas. Apenas dois dos produtores cultivam outras culturas além da cana-de-açúcar, como o milho e o café, e um deles também possui uma agropecuária na cidade que é propriedade dele e de dois irmãos, assim como as demais terras que possuem. Este produtor também produz cerveja artesanal no alambique. Um dos produtores, além de produzir cana-de-açúcar para a usina possui uma loja no município, na qual além da própria cachaça, e somente ela, comercializa outros produtos fabricados de modo artesanal no estado de Minas Gerais, como vários tipos de queijos e doces, além de artesanatos decorativos assimilados a cultura rural e caipira. E somente um dos produtores, o que trabalha sozinho, é um motorista de ônibus e caminhão aposentado que produz cachaça como um complemento da renda e também por *hobby* ou paixão, já que esse era um sonho que tinha desde criança, quando via os familiares fabricarem aguardente.

Exceto um dos produtores entrevistados, todos os outros podem ser considerados pluriativos, pois possuem outras atividades produtivas além das agrícolas, combinando estas com outras fontes de rendimento.

A emergência da pluriatividade ocorre em situações em que os membros que compõem as famílias domiciliadas nos espaços rurais combinam a atividade agrícola com outras formas de ocupação em atividades não agrícolas. [...] Objetivamente, a pluriatividade refere-se a um fenômeno que pressupõe a combinação de duas ou mais atividades, sendo uma delas a agricultura (SCHNEIDER et. al. apud SCHNEIDER, 2006)

Esse fenômeno, segundo Carneiro (1998), chama a atenção para a “possibilidade de novas formas de organização da produção virem a se desenvolver no campo ou de antigas práticas assumirem novos significados” (p. 56). Isso também pode ser comprovado nos produtores de cachaça quando observamos as adaptações feitas no espaço dos alambiques para a recepção dos clientes. Alguns produtores, além da própria cachaça, comercializam também ancorotes de 2, 5 e 10 litros, tonéis de madeira pequenos que os consumidores compram para o armazenamento da cachaça em seus próprios domicílios. Além disso, também observei o comércio de outros produtos, como doces caseiros, em especial a rapadura de fabricação artesanal, outro derivado da cana-de-açúcar, e também de queijos fabricados por sítios vizinhos. Assim, como a dinâmica do trabalho agrícola não exige um tempo integral de trabalho, torna-se possível a realização de outras atividades que não sejam exclusivamente agrícolas para a geração de rendas (CARNEIRO, 2006).

Além do mais, a pluriatividade tende a acompanhar o processo de mercantilização “que se associa aos processos de externalização da agricultura na medida em há uma crescente interação com os mercados para além daqueles associados aos produtos e serviços agropecuários” (SCHNEIDER et. al., 2006, p. 3-4). A partir disso, observamos que a cachaça artesanal produzida em propriedades rurais, tem sido fundamental para esses produtores no exercício de outras atividades além das agrícolas, e essas se dão principalmente através do comércio. Os produtores, portanto, além de produtores e envasadores de cachaça, são também comerciantes da própria cachaça e algumas vezes revendedores de outros produtos. Também foi observado que alguns produtores fabricam artesanatos, como caixas de madeira pirogravadas, as quais são utilizadas para embalar garrafas de cachaça. Esse trabalho geralmente é realizado pelas esposas e filhos dos produtores.

Já no que se refere à organização do trabalho, existem formas múltiplas deste se organizar. Todos os produtores contratam mão de obra temporária para o corte da cana-de-açúcar e outros para auxiliar no engenho. De todos os produtores apenas um realiza o registro em carteira por trabalho temporário no corte da cana-de-açúcar durante o período da safra, que varia de 5 a 6 meses, conforme o ano. Com a exceção de um produtor, que trabalha sozinho, em todos os outros identifiquei o trabalho familiar.

Para Ricardo Abramovay (1997), a agricultura familiar não pode ser necessariamente assimilada a uma “agricultura de baixa renda”, à “pequena produção” ou simplesmente a uma “agricultura de subsistência”. Esta possui uma grande expressão produtiva e não pode ser parte de um tema que seja puramente “social”. Essas concepções referentes à agricultura familiar eram as que sustentavam a imagem de que o destino do campo seria “fatalmente o esvaziamento social” (p. 73). Além disso, elas envolviam um julgamento prévio sobre o desempenho econômico dessas unidades, o que não era bom.

Em última análise, aquilo que se pensa tipicamente como pequeno produtor é alguém que vive em condições muito precárias, que tem um acesso nulo ou muito limitado ao sistema de crédito, que conta com técnicas tradicionais e que não consegue se integrar aos mercados mais dinâmicos e competitivos. (ABRAMOVAY, 1997, p. 74)

Abramovay (1997) argumenta em defesa da agricultura familiar, pois considera que o segmento familiar tem um uso do solo mais intenso do que o segmento patronal dos latifúndios. As lavouras são consideradas até cinco vezes mais importantes e a quantidade de produtos agropecuários supera o patronal em quinze produtos diferenciados, além de um

rendimento superior em mais da metade das atividades exercidas. Além disso, é característica do agricultor familiar a integração ao mercado, a capacidade de incorporar avanços tecnológicos e de responder às políticas governamentais (ABRAMOVAY, 2007).

Assim, para este autor, mesmo nos países em que o peso da tradição latifundiária é tão forte como no Brasil, estando esta ao lado de milhões de unidades que podem ser consideradas pequenas e precárias, desenvolve-se um segmento familiar bastante dinâmico e “capaz de integrar-se ao sistema de crédito, cujo comportamento econômico difere da famosa e tão estudada aversão ao risco [⁸], que adota a inovação tecnológica e integra-se a mercados competitivos” (ABRAMOVAY, 1997, p. 75). Entretanto, Abramovay destaca que esse dinamismo não dependia de características que fossem supostamente “culturais” dos agricultores, mas sim de três fatores: a base material com que produzem (extensão da propriedade e a fertilidade da terra); da formação dos agricultores (o que para nós se destaca nos capitais culturais que estes possuem); e o ambiente socioeconômico em que atuam e, sobretudo, a existência neste ambiente de instituições que sejam características de uma economia moderna — “acesso diversificado a mercados, ao crédito, à informação, à compra de insumos e aos meios materiais de exercício da cidadania (escola, saúde, assistência técnica, etc.)”.

Em relação aos produtores com os quais trabalhei, ficou claro que a dinâmica existência das famílias estava também relacionada a esses fatores. No caso da propriedade, destaquei que havia desde propriedades muito pequenas, até aquelas mais consideráveis. Porém, o uso da terra para a produção de cachaça artesanal não exige grandes extensões, como já dito, sendo os outros espaços geralmente utilizados para a lavoura canavieira, por exemplo, que é destinada para as usinas das proximidades. No caso da formação dos produtores, essa questão já fora discutida anteriormente, mas é importante destacar o caso dos filhos que adquiriram outros capitais culturais em cursos superiores e técnicos nas cidades e regressaram para a propriedade rural aplicando os novos conhecimentos em atividades já realizadas pela família ou, no caso de uma deles, que decidiu junto do pai produzir cachaça. Por fim, no caso das instituições modernas voltadas para o desenvolvimento moderno da agricultura familiar, vimos que o acesso a elas também dependeu de capitais e informações

⁸ A questão da aversão ao risco foi exposta por Michel Lipton (1968, apud ABRAMOVAY, 2007, p. 97), um pensador neoclássico fortemente influenciado por Chayanov. Segundo Lipton, o camponês tradicional vivia de forma a minimizar os riscos possíveis, de forma que existia uma especificidade no tipo de cálculo econômico realizado por este agente, quando comparado com empresas capitalistas.

que permitiam o conhecimento a respeito delas. Na maioria dos casos estudados, os produtores demonstraram não possuir tais informações, e declararam, principalmente em relação à produção de cachaça, estar abandonados pelo Estado, que nunca orientou a melhor maneira de se realizar as atividades ou mesmo em relação às exigências normativas e a burocracia presente nestas. A falta de apoio foi um problema que quase todos os produtores se queixaram.

No rumo dessa discussão, Wanderley (2009) também reconhece que as unidades familiares de produção não são incompatíveis com o desenvolvimento agrícola, ou seja, “são capazes de transformar seus processos de produção, no sentido de alcançar novos patamares tecnológicos que se traduzam em maior oferta de produtos, maior rentabilidade dos recursos produtivos aplicados e plena valorização do trabalho” (p. 36). Porém, é de conhecimento de todos que o processo de modernização da agricultura, por ter sido um projeto que se impôs ao conjunto de toda a sociedade com o argumento de ser o portador do progresso, acabou resultando na subordinação da agricultura à indústria e na constituição do chamado complexo agroindustrial. Além do mais, esse processo também foi fortemente caracterizado por sua associação a um progresso em larga escala, de forma que quem acabou se beneficiando dos recursos públicos disponíveis para o setor foram os grandes proprietários, o que resultou em uma maior concentração de terra e na reprodução de formas tradicionais de dominação e na “expulsão da grande maioria dos trabalhadores não-proprietários de suas terras e na inviabilização das condições mínimas de reprodução de um campesinato em busca de um espaço de estabilidade” (p. 37). Esse processo então — que Wanderley entende como um elemento estruturante do mundo rural brasileiro — seria considerado pela autora como uma “modernização sob o comando da terra”, e determinaria o lugar social do campesinato e da agricultura familiar na sociedade brasileira ao longo de sua história.

A empresa rural, portanto, tornou-se o único modelo proposto para toda a atividade agrícola, mas o desenvolvimento desta se tornou claramente dependente das políticas públicas implementadas que somente os grandes proprietários tinham acesso. Isso por sua vez resultou na impossibilidade do pequeno proprietário assumir uma condição empresarial, que acabou ficando excluído desse processo. A “modernização conservadora”, aqui em questão, mostrou-se então profundamente seletiva e excludente, de forma que, segundo Graziano da Silva (1996, p. 170 apud WANDERLEY, 2009), menos de 10% dos estabelecimentos agropecuários brasileiros foram integrados a essa moderna maneira de produzir.

Cabe dizer que, para Wanderley (2009), entre agricultores familiares e camponeses não existe nenhuma mutação radical que aponte para a necessidade de uma nova classe social ou um novo segmento de agricultores gerados pelo Estado ou pelo mercado. As categorias são, então, equivalentes e “o adjetivo *familiar* visa somente reforçar as particularidades do funcionamento e da reprodução dessa forma social de produção, que decorrem da centralidade da família e da construção de seu patrimônio” (p. 41).

O que esta autora vai defender em outro momento, é a hipótese de que não existiu uma passagem irreversível e absoluta da condição de camponês tradicional para a de agricultor familiar “moderno”, mas simultaneamente pontos de ruptura e elementos de continuidade entre as duas categorias. O agricultor familiar é um ator social do mundo moderno, mas que guarda em si adormecido o próprio camponês. E o que concede aos agricultores modernos a condição de atores sociais que são construtores de um projeto de sociedade, é justamente a dupla referência à continuidade e à ruptura (WANDERLEY, 2004, p. 47).

Os agricultores familiares portam uma tradição, fundamentada na centralidade da família, nas formas de produzir e no próprio modo de vida, porém precisam adaptar-se “às condições modernas de produzir e de viver em sociedade”, já que estão inseridos no mercado moderno e recebem a influência de uma sociedade englobante. É nesse sentido que esses agentes possuem uma capacidade de resistir e de se adaptar aos novos contextos econômicos e sociais que surgem. O processo de mudanças profundas que esteve e continua em curso e afetam a forma de produzir e a vida social dos agricultores, também afetam diretamente a importância da própria lógica familiar. Porém, para Wanderley isso significa que a “modernização” dessa agricultura não reproduz o modelo clássico da empresa capitalista, mas sim o próprio modelo familiar. Assim, mesmo que integrada ao mercado e respondendo às suas exigências, permanecer familiar não significa ser pouco eficaz, e isso demonstra que a lógica familiar, que possui origem na tradição camponesa, dificilmente será abolida. Ao contrário, ela inspira e orienta o agricultor nas novas decisões que precisa tomar nos novos contextos que agora está inserido (WANDERLEY, 2004, p. 48).

Diante desse contexto, percebemos que a agricultura familiar está no centro de questões fundamentais que hoje estão postas em nível planetário e para a sociedade brasileira em particular. Entre elas, assumem especial relevo a preservação do patrimônio natural, a quantidade e a qualidade dos alimentos, as demandas de segurança alimentar, a adequação dos processos produtivos e a equidade das relações de trabalho. (WANDERLEY, 2009, p. 43-44)

Esses elementos e características apresentados por Wanderley estão geralmente presentes nos produtores de cachaça artesanal. A centralidade da família é fundamental na reprodução dessa forma social de produção. Os produtores portam uma forte tradição, aqui em especial relacionada à produção de cachaça, fortemente fundamentada nessa centralidade. Mesmo quando precursores na produção de cachaça algum parente (avô ou tio) no passado fabricou o produto. Assim, as formas de produzir e o modo de vida acabam sendo reproduzido nas gerações atuais e passado para as futuras, porém estas são geralmente adaptadas conforme a necessidade e as próprias demandas dos mercados em que se inserem.

De qualquer modo, ainda cabe ressaltar as particularidades da ação do Estado como ator social no mundo rural. Este, por meio de políticas públicas, acaba interferindo diretamente nos processos de redistribuição de recursos produtivos e de bens sociais para os atores rurais, assim como no reconhecimento destes como sujeitos de direitos.

Essa atuação, por sua vez, é o resultado das relações predominantes no interior do próprio Estado, que o definem como um campo de disputas entre forças sociais e políticas distintas, que defendem concepções igualmente distintas de desenvolvimento rural.

É certamente essa dupla face do Estado que explica a superposição e, em muitos casos, as contradições nos modelos institucionais adotados e nas orientações das diversas políticas públicas. (WANDERLEY, 2009, p. 38)

Sendo o Estado considerado um campo de disputas dentro do qual grupos com distintos posicionamentos sociais estão em relações, entende-se que os interesses desses grupos são também distintos e, como coloca o próprio Bourdieu (1983), existem os que dominam e os que são dominados. De acordo com o que foi aqui colocado, quem dominou ou sempre ditou as regras, tendo por garantias as políticas e os recursos públicos do Estado voltados para o desenvolvimento da agricultura, foram os grandes proprietários. Não é preciso muito esforço para compreender os motivos que hoje, principalmente, fazem com que as deliberações voltadas para a agricultura, ocorridas dentro do congresso acabem sempre favorecendo os latifundiários e a agricultura patronal representada pela chamada “bancada ruralista”, esta representante declarada do agronegócio no país. E como já apontamos, estes são os que defendem um ponto de vista no qual os agricultores familiares precisam ser incorporados ao mercado dentro de uma lógica empresarial⁹.

⁹ No livro *O partido da terra: como os políticos conquistaram o território brasileiro*, o jornalista Alceu Luiz Castilho (2012), pesquisando durante três anos quase 13 mil declarações de bens de políticos eleitos entregues ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE), vai mapear precisamente os políticos donos de terra no Brasil, demonstrando

Porém, no que interessa para a pesquisa, compreendemos que além desses modelos institucionais que orientam as políticas e os recursos públicos quase totalmente para uma classe de produtores patronais, excluindo o pequeno produtor dos possíveis benefícios relacionados ao próprio desenvolvimento da agricultura ou à modernização desta, as dificuldades para o agricultor familiar se estabelecer como um empresário do rural, no caso exclusivo do produtor de cachaça, a questão da legislação e a influência da indústria de produção de bebidas destiladas, faz-se ainda mais marcante nas deliberações do Estado. Isso ficará um pouco mais claro com o desenvolver desse trabalho, entretanto, cabe adiantar que as questões são similares, mas estas acabam sendo agravadas, pois a legislação que regulamenta a cachaça beneficia muito as grandes destilarias de produção industrial e, além dos problemas enfrentados enquanto produtor familiar, é preciso enfrentar outros enquanto pequeno produtor de cachaça.

É importante lembrar que essa discussão se insere dentro de um debate paradigmático, no qual os autores aqui citados são representados o chamado *paradigma do capitalismo agrário* (FELÍCIO, 2014). Os autores brasileiros que pensaram dentro dessa linha paradigmática, formulada por teóricos franceses como Mendras e Lamarche, inspirados nas teorias de Chayanov, entendiam que a questão agrária era algo conjuntural, de forma que o problema estaria no próprio camponês, que precisaria se tornar um agricultor familiar moderno e integrar-se ao mercado, contribuindo e participando da reprodução do capital. Assim, como pensava Veiga (1991), os agricultores familiares são aqueles que operam em mercados de produtos e fatores completamente desenvolvidos.

Porém, citando Hespanhol (2000 apud FELÍCIO, 2014), Felício demonstra que havia um desencontro entre as concepções defendidas pelo referencial teórico e as constatações empíricas, pois de fato não houve a inserção do agricultor familiar no mercado como produtor moderno, tendo em vista que os agravantes como a exaustão dos solos, a baixa produtividade, os preços baixos dos produtos e as dificuldades de acesso ao crédito rural acabaram levando a uma descapitalização crescente das explorações familiares.

Para esta pesquisa, isso também iria de encontro com a questão normativa, como vimos reiterando. As determinações impostas pela legislação, que exigem uma aplicação de

quanto têm e como agem esses proprietários na sua ávida busca pelo poder. A obra procura detalhar também a ação da bancada ruralista e a batalha em cima do código florestal que ocorrera nos anos anteriores e ainda ocorre.

capitais econômicos às vezes em demasia para a produção e o comércio da cachaça, acabam mantendo os produtores ainda mais afastados desses mercados competitivos e que os autores aqui definem como modernos. Assim, essas questões dialogam e mostram-se mais sérias quando sustentadas nos dados aqui apresentados.

Por outro lado, é pertinente a perspectiva de Carneiro (1999), já que esta aponta a necessidade de se compreender a família como unidade social, e não como unidade de produção simplesmente. Isso se deve ao fato de ser o núcleo familiar quem dá sentido e orienta as relações sociais.

Ao mesmo tempo em que cria e reproduz valores socializados e inculcados nos indivíduos, a família também supõe um processo de individuação que pode negar, romper, modificar e, até mesmo recriar, valores num espaço de negociação e de tensões. Nesse sentido, o núcleo familiar não pode ser concebido como uma estrutura rígida e cristalizada — de indivíduos e valores — mas sim como uma estrutura flexível, plástica, que pode incorporar novos valores e criar novas percepções e práticas. Em suma, aceitar esta noção de família e reconhecer a idéia [sic] de dinâmica é fundamental para se evitar o risco de estabelecermos classificações rígidas, de base morfológica, que perdem justamente a capacidade de entender a inserção das unidades familiares na economia e na sociedade, captando a sua flexibilidade e vulnerabilidade. (CARNEIRO, 1999, p. 325)

Porém, Carneiro vai ressaltar que essa dinâmica não pode ser entendida como um conjunto de condições de ordem econômica, cultural e política, as quais determinariam o espaço da agricultura familiar. Mas, o que importa, é reconhecer a dinâmica interna da própria organização social atribuída pela família, que permite a essa forma social certa autonomia na formulação de estratégias reprodutivas e na articulação com as condições internas. Isso ocorre, pois a unidade familiar de produção “apresenta maior margem de negociação interna na elaboração de caminhos alternativos de reprodução social” (p. 325).

Esses rearranjos que geralmente dialogam com a tradição não se limitam ao plano de relações que são empiricamente observáveis e, pensando numa questão mais metodológica, identificá-los necessita uma inserção mais intensa que identifique a própria lógica da reprodução social e as diferentes estratégias sociais implícitas. Para Carneiro (1999, p. 326), e isso é o que mais interessa pra esta pesquisa, o importante é “dimensionar a capacidade específica das unidades familiares em implementar trajetórias sociais ascendentes ou descendentes”, mas, principalmente, interessa compreender essas trajetórias.

A dinâmica que descende da expansão de formas capitalistas de produção na agricultura inclui uma grande diversidade de trajetórias que supõe adaptação contraditória às

novas condições de produção. O processo de adaptação implica na formulação de novas estratégias para formas de produção já estabelecidas ou uma nova combinação dos mecanismos já existentes, que visa à manutenção seja da exploração agrícola, seja do patrimônio familiar, ou seja, da própria reprodução do grupo doméstico (CARNEIRO, 1999). A adaptação na perspectiva dessa pesquisa, também pode ser a combinação de práticas produtivas formais (novas) e informais (antigas). Os produtores de cachaça precisaram adequar-se (ou não) à legislação, que, como será demonstrado, muitas vezes são mais recentes do que o início das atividades produtivas.

De qualquer modo, em termos conceituais, procuramos demonstrar também com o auxílio dos outros autores citados, que “agricultor familiar” ou “produção familiar” abrange uma gama variada de agricultores, desde aqueles que se orientam mais para a própria subsistência — a qual considero ser não simplesmente a produção para o consumo, mas para trocas comerciais que resultam numa renda necessária mínima para manter a qualidade de vida da família — até a monocultura tecnificada e orientada exclusivamente para as demandas do mercado (CARNEIRO, 1999). O que precisa definir, com o auxílio desta autora, é qual a melhor tipologia que podemos enquadrar o agente aqui em questão.

Primeiramente, é preciso evitar pensar o agricultor como “um profissional como outro qualquer”, pois isso acabaria enquadrando-o em um padrão sustentado pelos mesmos parâmetros do trabalhador urbano. Por isso, é preciso levar em consideração “os componentes culturais dos estilos de vida dos agricultores familiares que normalmente se associam a práticas econômicas diversificadas” (Op. cit., p. 331). Isto acaba gerando critérios de exclusão que ocorrem dentro das próprias políticas públicas de programas como o Pronaf, pois estes critérios são sustentados em um agricultor modelo que se firma em ideais de competitividade e produtividade, sendo que esses ideais nem sempre fazem parte da perspectiva dos agricultores.

Assim, é preciso compreender que os agricultores familiares não constituem um grupo social homogêneo, não correspondendo a uma classe social, mas possuindo uma diversidade social que é produzida pelas diferentes situações e condições de produção a que estão submetidos, por exemplo, o tamanho da propriedade, o acesso a créditos, o capital cultural (valores, saberes, tradições) e social (rede de relações, número e sexo dos filhos) disponível, e a forma como se relacionam com o mercado (LAMARCHE, 1993 apud CARNEIRO, 1999). Essa heterogeneidade do grupo de agricultores familiares pôde ser observada nos produtores

entrevistados e essas condições também apresentadas demonstravam de que modo foram constituídas as trajetórias de cada produtor dentro do negócio da cachaça.

Por isso Carneiro reitera que a situação da unidade de produção familiar não pode ficar restrita à dinâmica econômica. Existem questões relacionadas às esferas sociais que são também interdependentes e resultam numa multiplicidade de significados das relações sociais e que precisam ser levadas em conta. Essas questões são também propriamente relacionadas ao *habitus* dos produtores e de suas famílias, pois esta noção é a própria história social desses. É produto dos condicionamentos sociais e tende a reproduzir a lógica objetiva desses condicionamentos, pois possui capacidades de assimilação e de adaptação, realizando de modo ininterrupto ajustamentos necessários ao mundo em que se encontra (BOURDIEU, 2003).

Essas questões precisam ser levadas em conta, pois somente assim é possível elaborar políticas que sejam voltadas para a ampliação da cidadania e à melhoria das condições de vida e produtivas. Essa proposta da Carneiro é aplicável ao pequeno produtor de cachaça artesanal. Já que este também pode ser enquadrado à classificação de agricultor familiar — ao menos a maioria absoluta deles, que numa escala nacional representaria praticamente 99% dos produtores (SEBRAE, 2008) —, é preciso que haja outra legislação que leve isto em consideração, pois ser regulamentado a partir da mesma lógica que normatiza produtores industriais de larga escala resulta em uma série de problemas aqui trabalhados, mas o principal é a grande informalidade.

No que se refere à contratação de mão de obra utilizada no auxílio da produção de cachaça, todos os produtores tiveram a mesma reclamação em relação aos trabalhadores contratados de forma temporária, diárias ou por serviço de empreita para o corte da cana-de-açúcar. Todos se queixaram sobre o fato de a mão de obra para tal atividade estar mais escassa a cada ano. Um dos produtores, inclusive, afirmou que a alternativa encontrada era a contratação de aposentados para o serviço. Esse problema pode estar relacionado à alta mecanização do corte de cana-de-açúcar no estado de São Paulo e também do intenso êxodo rural ocorrido nas últimas décadas do século XX, já discutido anteriormente.

Segundo um estudo realizado pelo Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE) intitulado *O mercado de trabalho assalariado rural brasileiro* (2014)

[...] a maior parte dos trabalhadores assalariados rurais no Brasil está em situação de trabalho ilegal (ou informal), ou seja, sem nenhuma das proteções garantidas pelo vínculo formal. (DIEESE, 2014, p. 11).

A taxa de trabalho ilegal ou informal no meio rural representa 59,4%, sendo que no estado de São Paulo esta é representada por 28%. Segundo a pesquisa, essa taxa tem diminuído ao longo dos últimos 10 anos (1,56% ano), mas se mantém entre as mais altas do mercado de trabalho como um todo. Entretanto, “a diminuição da informalidade parece estar mais associada à extinção dos postos de trabalho ou à migração para outros setores do que ao avanço da formalização dos postos existentes” (p. 14). Mesmo que o emprego formal tenha aumentado entre 2003 e 2014 em quase 100 mil, foram extintos no meio rural quase 800 mil cargos de trabalho.

Cabe entender que relação isso tem com a queixa dos produtores sobre a dificuldade em se encontrar mão de obra para trabalhar no corte durante as safras. “Uma das razões para essa diminuição é a maior intensificação da mecanização nos processos produtivos” (p. 15), de forma que no setor canavieiro, a mecanização dos canaviais saltou de 34% para 83% entre 2007 e 2014, o que implicou na redução de 100 mil postos de trabalhos.

Os compromissos tripartites, as certificações, o aumento da fiscalização, entre outros fatores que contribuem para diminuir a informalidade, têm méritos nessa redução, mas, aparentemente, contribuem pouco, em um cenário de destruição em massa de postos de trabalho. Por outro lado, os postos restantes certamente demandam/demandarão uma mão de obra cada vez mais qualificada e escolarizada. (DIEESE, 2014, p. 15).

Assim, sendo necessário que o corte da cana para a produção de cachaça seja realizado de forma manual, sem queima de palhada, a grande diminuição de postos de trabalho acarretou na evasão para as áreas urbanas dos trabalhadores que realizavam esse serviço devido à mecanização. Isso conseqüentemente resultou nessa escassez.

Por outro lado, cabe considerar que, a questão da sazonalidade da produção, aspecto singular do mercado de trabalho no meio rural, torna as contratações temporárias ou de curta duração.

O maior percentual de empregados temporários (47,2%) entre os trabalhadores informais parece estar diretamente ligado aos prazos dos contratos: quanto mais curtos, mais informais. É como se pudesse haver — o que não é verdade — uma associação entre o tempo de duração do trabalho e a necessidade ou não de assinar a carteira do empregado, o que contribui para o elevado grau de informalidade no país. (DIEESE, 2014, p. 24)

Esses dados, portanto, podem explicar os motivos que levam ao problema da escassez de mão de obra apresentado pelos produtores e às suas justificativas no que se refere à contratação dessa durante as safras de modo informal (sem carteira assinada) ou por dia de trabalho.

3 A PRODUÇÃO DE CACHAÇA E O MERCADO DA CACHAÇA

3.1 Cachaça industrial vs. cachaça artesanal

A diferença fundamental entre produtores artesanais e industriais está no processo pelo qual a cachaça ou aguardente é obtida, o que vai caracterizá-la como Cachaça Artesanal ou Cachaça Industrial. No que se refere à Cachaça Artesanal, a matéria-prima (cana-de-açúcar) deve ser de plantações próprias, sem agrotóxicos, colheita manual, sem uso de queimadas e o processo de fermentação deve ser natural. No caso da Cachaça Industrial, a matéria-prima caracteriza-se por grandes culturas, utilização de agroquímicos, a colheita é geralmente mecanizada e ocorre o uso esporádico de queima da palhada e a fermentação é adicionada de produtos quimicamente sintetizados (SEBRAE, 2008). Por outro lado, quando se trata de produtores de cachaça de alambique, existe uma diferenciação entre estes, que varia de acordo com a quantidade produzida, como representado no quadro a seguir:

Quadro 1. Classificação dos produtores de cachaça de alambique

Classificação	Produção (litros/safra)
Artesanais	Até 10 mil
Profissionais	De 10 mil a 40 mil
Empresariais	Acima de 40 mil

Fonte: SEBRAE, 2012. Adaptado

Dessa forma, os agentes foram aqui definidos como produtores de alambique ou artesanais, já que é variável a quantidade produzida por cada um deles. Por outro lado, observa-se que alguns dos produtores entrevistados não utilizam alambiques que caracterizam uma destilação por escalas, mas colunas de destilação contínua como ocorre nas grandes indústrias e destilarias de álcool. Porém, de acordo com a forma como a matéria-prima e a fermentação são manipuladas estes são considerados como produtores artesanais.

3.2 A fabricação da cachaça

Para se fabricar uma boa cachaça, antes de tudo é necessária a escolha de uma boa cana-de-açúcar. As primeiras canas trazidas ao Brasil vieram da Ilha da Madeira. A cana é uma gramínea pertencente a família da *Poaceae Saccharu*, nativa da Ásia. Muitos são os tipos

de cana-de-açúcar existentes, a caiana, a Java, preta roxa, bambu, entre outras. Porém, hoje, praticamente todas as espécies cultivadas no país são híbridas, modificadas geneticamente e mais resistentes às pragas e de grande produtividade (WEIMANN, 2009).

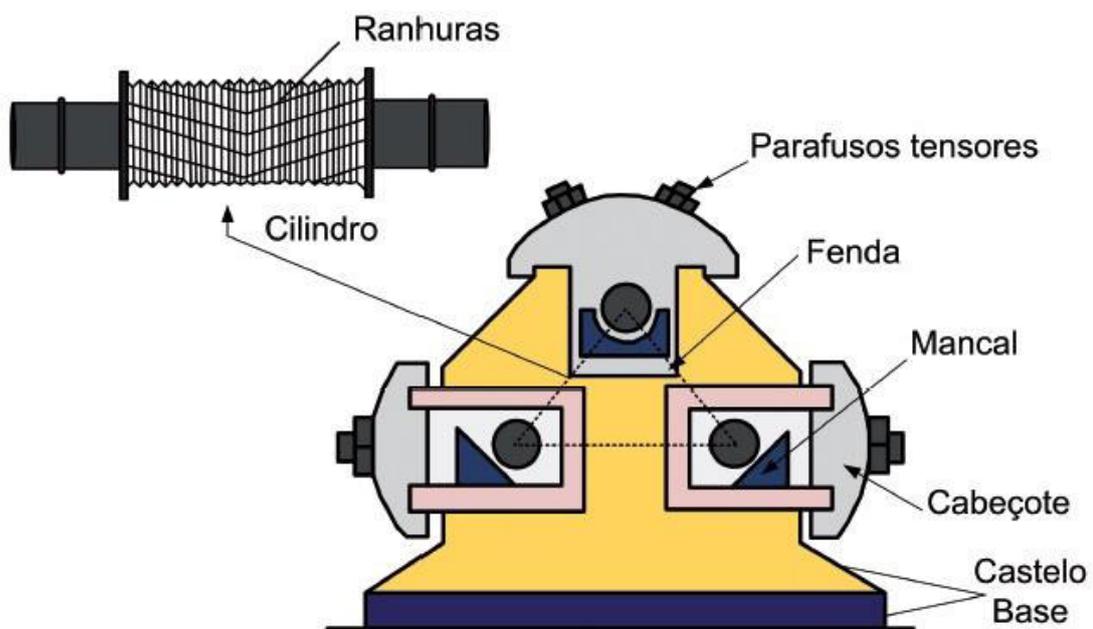
A cana cortada, dentro do período da safra, que na região sudeste dura geralmente de maio até dezembro, deve ser moída em até 24 horas depois de colhida para que a maturação não resulte no acúmulo de fungos e bactérias nocivos que possam diminuir a qualidade da cachaça. Os produtores artesanais não admitem que a cana seja queimada antes do corte e este precisa ser feito manualmente. No caso das indústrias, isto não é respeitado, visto que a preferência é dada à padronização e ao baixo valor, em vez de qualidade.

A moagem da cana ocorre em um equipamento chamado moenda.

Seus componentes essenciais são: base, castelos, rolos, bagaceira e motor. A base é uma mesa horizontal de seção retangular, geralmente fixada num suporte de concreto por meio de parafusos. Nela se fixam os castelos, um de cada lado e na parte central existe uma canaleta para receber o caldo. Os castelos suportam as extremidades da bagaceira e os três rolos responsáveis pela moagem da cana. (SOUZA et. al., 2013, p. 33)

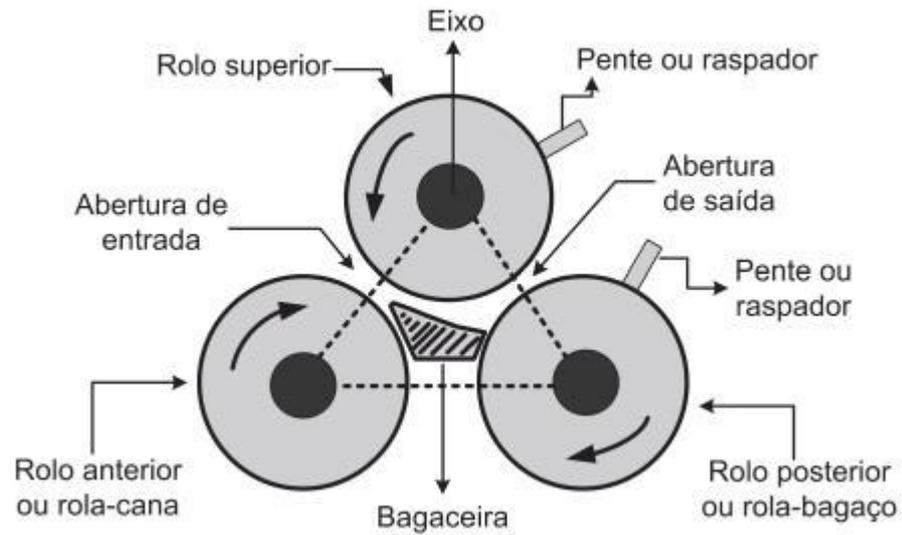
As figuras a seguir representam uma moenda.

Figura 1. Componentes básicos de uma moenda



Fonte: Produção de Cachaça de Qualidade (SOUZA et. al., 2013, p. 33)

Figura 2. Constituição esquemática de uma moenda



Fonte: Produção de Cachaça de Qualidade (SOUZA et. al., 2013, p. 34)

Foto 1. Moenda de cana-de-açúcar



Fonte: Pesquisa de campo (2016)

O caldo ou garapa extraído deve ser filtrado e em seguida decantado para se eliminar as impurezas, antes de ser fermentado. Depois de feito isso, o caldo é colocado nas dornas de fermentação.

A fermentação é realizada pelas chamadas leveduras, ou fermento, o qual é composto por fungos microscópicos vivos. Estes existem no meio ambiente, adaptando-se ecologicamente e sobrevivem nos colmos da cana, nas folhas, no solo e mesmo no ar. Eles agem principalmente nos vegetais, reciclando seus principais componentes. Dessa forma, a cana-de-açúcar já possui por si só as leveduras necessárias à fermentação.

O processo de fermentação é aquele que transforma o açúcar em álcool. Porém, mesmo que o caldo de cana já fermente por conta própria, para o processo ser completo, é necessária a adição de uma população inicial de leveduras nas dornas antes de ser iniciado o processo. Estes devem apresentar determinadas características que garantam o rendimento fermentativo, durante a fermentação alcoólica. Essa massa de células usada para iniciar o processo fermentativo é chamada de pé-de-cuba (LIMA, 1999; WEIMANN, 2009; SOUZA et. al., 2013).

Existem vários tipos de fermentos, e esses podem ser naturais ou químicos. O fermento natural¹⁰ (caipira ou selvagem), utilizado na cachaça artesanal, geralmente é preparado à base de caldo de cana-de-açúcar não diluído, farelo de arroz, fubá ou farelo de soja, com adição de suco de limão ou laranja azeda para abaixar o pH (LIMA, 1999; SOUZA et. al., 2013). O fermento químico é aquele que possui aditivos químicos e é geralmente utilizado nas indústrias, apesar de que alguns produtores artesanais também utilizam.

Segundo Marcelo Câmara (2004), uma fermentação bem feita é a alma de uma boa cachaça. O processo de fermentação exige conhecimento e disciplina e o local onde ela ocorre precisa ser muito bem planejado, ter temperatura adequada e muita higiene. Quando um processo de fermentação está ocorrendo bem, é presente um cheiro agradável de frutas que flui das dornas. Porém, caso este tenha desandado, a sala de fermentação fica com mau cheiro, com odor de vinagre ou ovo podre, e é constante a presença de moscas de frutas.

O processo de fermentação transforma o açúcar em álcool, portanto, e leva de 24 a 36 horas. Uma bebida fermentada atinge no máximo 15% de graduação alcoólica. Mesmo que o

¹⁰ Na pesquisa de campo, observei que três produtores fazem o pé-de-cuba com farelo de milho moído ou quirela.

mosto ainda possua açúcar a ser fermentado, o álcool gerado pelas leveduras impedirá maior progressão quando esta atingir 15%. Bebidas fermentadas que possuem graduação alcoólica superior a isso receberam um acréscimo de álcool e devem ser chamadas de fortificadas, como é o caso do Vinho do Porto (WEIMANN, 2009, p. 61)

Depois de fermentado, o mosto será destilado para se atingir maiores graduações de álcool. A destilação é o processo físico que separa componentes químicos mais voláteis das bebidas fermentadas dos compostos fixos. Esta consiste em aquecer um líquido até o estado gasoso, que em seguida retorna para o estado líquido através de resfriamento. Quando destilado o vinho da cana, este se torna um novo líquido, com teor alcoólico cinco a seis vezes maiores. (WEIMANN, 2009; SOUZA et. al., 2013).

Foto 2. Dornas de Fermentação



Fonte: Pesquisa de campo (2016)

Na produção de cachaça, é a destilação que separa o álcool e a água, partes voláteis, dos compostos indesejados, como os álcoois superiores e os aldeídos. Existem dois tipos de destilação: a descontínua e a contínua.

A chamada *destilação descontínua* (também chamada de *destilação por batelada*) é aquela principalmente empregada nas destilarias de pequeno porte.

[...] geralmente é realizada em alambiques simples, de dois e até três corpos, que são carregados com o vinho de cana, cuja fração volátil é esgotada por aquecimento. Os vapores que contém a fração volátil são então separados por condensação em três frações: cabeça, coração e cauda, sendo a fração não volátil descartada. O aparelho de destilação é então novamente carregado e o processo repetido e assim sucessivamente.”(ROTA, 2008, p. 2)

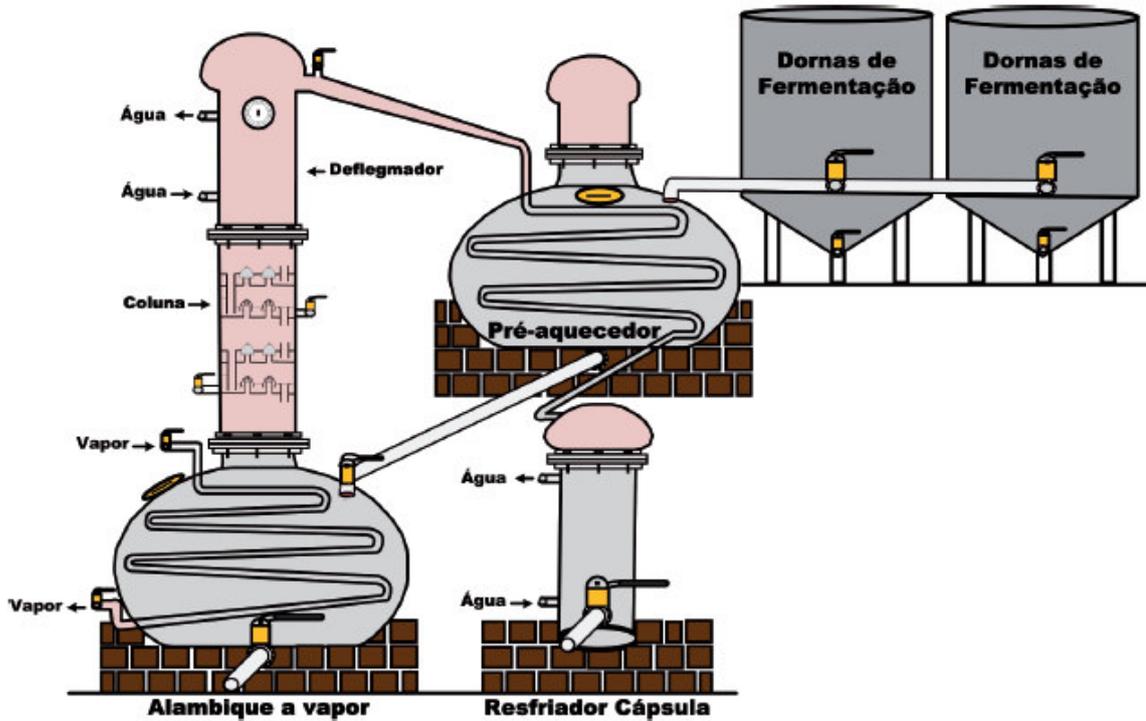
Essa destilação é preferivelmente feita em alambique de cobre. A seguir a imagem de um alambique de cobre e o esquema de funcionamento:

Foto 3. Alambique de Cobre



Fonte: Autor desconhecido.

Figura 3. Esquema de um conjunto de alambique



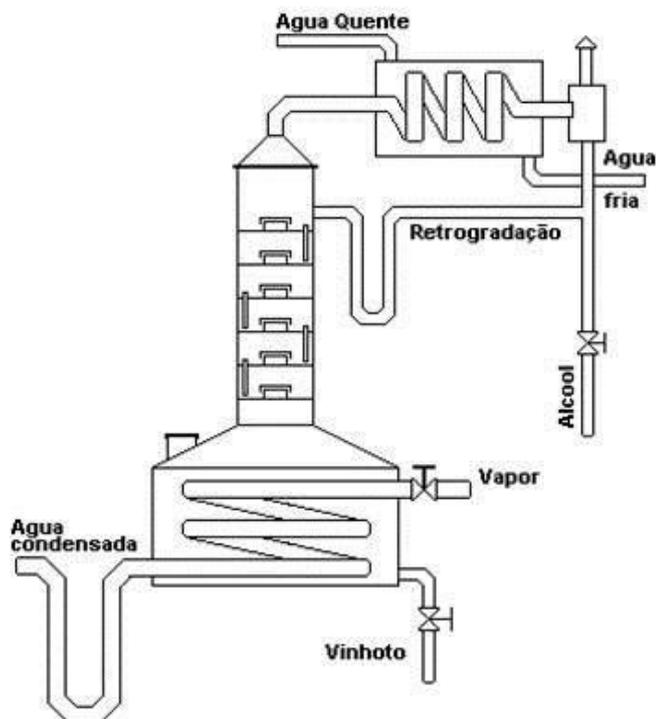
Fonte: Produção de Cachaça de Qualidade (SOUZA et. al., 2013, p. 51)

Outro tipo de destilação é a chamada *destilação contínua*, aquela conduzida em colunas de destilação que “são alimentadas continuamente com vinho pela parte superior e vapor pela base, de modo a se obter, também continuamente, o destilado na parte superior da coluna e o resíduo na sua base.” (ROTA, 2008, p. 2). A seguir a foto de uma coluna utilizada em grandes destilarias e um esquema de destilação em coluna:

Foto 4. Coluna de destilação de uma grande destilaria



Figura 4. Esquema de uma coluna de destilação.



Fonte: <http://mundodacana.blogspot.com.br/2010/08/producao-de-cachaça.html>. Acesso em: 06/01/2016.

A diferença fundamental entre esses dois tipos de destilação está em a coluna não realizar a separação entre cabeça, coração e cauda, não ocorrendo, portanto, o descarte da fração não volátil. Assim, a qualidade da cachaça destilada em coluna acaba sendo menor do que a destilada em alambiques, por batelada. De qualquer modo, alguns produtores artesanais também utilizam colunas para destilar a cachaça e a correção da qualidade é feita no envelhecimento. Através do “descanso” ou do “envelhecimento”, é agregada qualidade nas características gustativas e olfativas da cachaça.

O “descanso” é um período de estadia no qual a cachaça permanece em um recipiente, por no mínimo seis meses. “Sua finalidade é promover o “amaciamento” da bebida, ou seja, eliminar compostos químicos responsáveis por sabores e aromas desagradáveis na “cachaça branca”. (SOUZA et. al., 2013, p. 57).

Já o processo de envelhecimento

[...] visa à estabilização dos compostos químicos da cachaça, principalmente os congêneres voláteis, formados pela ação das leveduras durante a fermentação, e concentrados pela destilação. Outro mecanismo que ocorre é a extração de compostos da madeira, denominados congêneres de maturação. Os congêneres de maturação são responsáveis por caracterizar bebidas envelhecidas e estão presentes em quantidades diferentes de acordo com o tipo de madeira utilizada e o tempo de permanência nos barris. O principal

benefício do envelhecimento da cachaça é o aprimoramento da qualidade química e sensorial da bebida, além de agregar maior valor comercial ao produto. (SOUZA, L. M. et al, 2013, p. 57).

Vários são os tipos de madeiras utilizados no envelhecimento da cachaça e cada uma delas acrescentará à bebida características organolépticas diferenciadas, como cor, aroma, sabor e textura. A principal madeira utilizada no envelhecimento é o carvalho europeu, muito comum também no envelhecimento de vinhos, uísque e rum. Porém, no caso da cachaça, existe uma infinidade delas que podem ser utilizadas para o envelhecimento, sendo a maioria delas madeira brasileira. Algumas espécies nacionais utilizadas são: a Amburana, Umburana ou Emburana, o Amendoim, o Jatobá, o Bálsamo, o Jequitibá rosa, a Cabreúva, o Ipê roxo ou amarelo, entre outras.

[...] o envelhecimento é influenciado pelo tempo e as condições de armazenamento, tais como, temperatura local, umidade e luminosidade. O controle desses parâmetros durante o envelhecimento é importante para reduzir as perdas por evaporação, recomenda-se que a temperatura de armazenamento seja em torno de 20°C e com umidade entre 70% a 90%. (SOUZA et. al., 2013, p. 58)

Foto 5. Barris utilizados para o envelhecimento (1)



Fonte: Pesquisa de campo (2015)

Foto 6. Barris utilizados para o envelhecimento (2)



Fonte: Pesquisa de campo (2015)

Realizados esses processos, a cachaça está pronta para o consumo e para ser comercializada, seja ela engarrafada ou em vendas a granel. Quando engarrafadas, elas são vendidas em vasilhames que suportam de 50 ml até 1000 ml e este processo precisa ser realizado de maneira automatizada, como pede a legislação. Entretanto, isso raramente ocorre, tendo em vista o custo alto do equipamento. Quando vendida a granel — o caso mais frequente entre produtores informais — são os próprios clientes que costumam encher os garrafões de 5 litros ou as garrafas *pet* reutilizados, com o auxílio de funis nos próprios barris.

Foto 7. Cachaças engarrafadas e local de engarrafamento (1)



Fonte: Pesquisa de campo (2015)

Foto 8. Cachaças engarrafadas e local de engarrafamento (2)



Fonte: Pesquisa de campo (2015)

3.3 Saber fazer e o conhecimento produtivo

A produção de cachaça varia entre os produtores de acordo com a quantidade produzida anualmente, a tecnologia utilizada na destilação, se estes fazem ou não o envelhecimento do produto, os tipos de cachaça que sempre estão disponíveis para a venda e seus respectivos preços e o círculo de mercado em que esses produtores se encontram.

Como já dito anteriormente, a definição de produtores artesanais está relacionada ao processo pelo qual a cachaça é obtida. Para que seja artesanal, a matéria-prima (cana-de-açúcar) deve ser de plantações próprias, sem agrotóxicos, colheita manual, sem uso de queimadas e o processo de fermentação deve ser natural (SEBRAE, 2008). Entretanto, nem sempre isso é regra entre os produtores entrevistados. Alguns fazem a colheita com o auxílio de picadeiras que são acopladas nos tratores. Outros utilizam fermento químico para iniciar o processo de fermentação, o chamado pé-de-cuba. Porém, não é por esses detalhes que devemos deixar de considerar o produtor como artesanal, tendo em vista que todos os outros processos da produção o são.

Se fôssemos utilizar os critérios de classificação dados no **Quadro 1** referente à quantidade produzida, nenhum dos produtores seria caracterizado como artesanal, mas teríamos três produtores profissionais — pois produzem entre 10 e 40 mil litros/ano — e cinco produtores empresariais — pois produzem mais de 40 mil litros/ano. Quando questionados, todos se reconhecem como produtores artesanais de cachaça.

Algumas formas de classificação dispostas em documento elaborado pelo SEBRAE junto ao governo do Estado de Minas Gerais em 2002 (SEBRAE-MG) preocuparam-se em criar um “Plano de reestruturação da cadeia da cachaça de alambique de Minas Gerais” (título do documento), com o intuito de reorganizar essa cadeia produtiva e dar diretrizes mais concretas aos produtores com o apoio do governo do estado. Dessa forma, os critérios de classificação utilizados neste trabalho procuraram seguir a própria definição que os produtores dão para eles mesmos. Mesmo assim, é importante colocar o modo como alguns autores compreendem o produtor artesanal, para apontar possíveis diferenças, já que essas determinam o lugar que o produtor ocupa dentro da cadeia produtiva e do mercado de cachaça.

Para autores como Weimann (2009) e Câmara (2004), o que caracteriza um produtor artesanal de cachaça é a destilação realizada em alambiques de cobre, por batelada, sendo

imprescindível a separação da “cabeça” e da “cauda”, pois nessas primeiras e últimas partes da destilação encontram-se substâncias indesejáveis que desvirtuam a qualidade superior da cachaça. Porém, como o próprio Marcelo Câmara coloca,

Existem poucas e, ao mesmo tempo, milhares de maneiras de se fazer cachaça artesanal. São pequenas variações de região para região brasileira. Mas, na verdade, cada alambiqueiro, cada fabricante, além de seguir a tradição da família e da região, tem os seus segredos, o seu “pulo do gato”, detalhes nos processos de transformação que não revela, que fica retido e é desenvolvido no núcleo familiar da empresa. (CÂMARA, 2004, p. 34).

Assim, fazer uma boa cachaça artesanal está muito além de simplesmente considerar o equipamento utilizado na produção. Para que a cachaça tenha qualidade, é preciso cuidado e paciência, é preciso que os sentidos do produtor estejam conectados e atentos a cada um dos processos, principalmente durante a fermentação e a destilação. O verdadeiro produtor artesanal de cachaça é aquele que “detém o saber, telúrico e atávico, herdado, experimentado e aprovado a cada alambicada” (p. 35).

Esse saber é muito próximo daquele considerado por André Gorz (2005, p. 32-33). Ele é uma capacidade prática, uma competência que não implica necessariamente conhecimentos formalizáveis ou codificáveis. Ele geralmente não é ensinado, mas adquirido pela prática e o costume, um exercício realizado que se trata de aprender a fazer. Esse “saber fazer”, ou *savoir-faire*, termo francês que “indica um tipo de saber completamente distinto daquele valorizado pela sociedade industrial e pelo uso e contenção da técnica”, trata-se de um tipo de conhecimento em movimento, que está em constante mutação e que é propriedade intelectual de uma sociedade, de uma coletividade, de um grupo de indivíduos — que aqui podemos considerar como sendo a própria família produtiva. É, portanto, um conhecimento que apenas se aprende fazendo ou no curso da vida (SAPIA DE CAMPOS, 2010).

O que foi constatado na pesquisa de campo é que os dois produtores que mais produzem cachaça durante o ano (100 mil litros), fazem o uso da destilação *contínua*, em colunas. Além desses, mais três produtores fazem o uso da coluna de destilação, sendo que um deles produz cachaça nesse equipamento somente em grandes quantidades ou “partida alta” (no mínimo cinco ou seis mil litros de uma única vez), que é produzida sob encomenda de outros produtores geralmente localizados no estado de Minas Gerais. Para a cachaça que comercializa no alambique, a produção é realizada em alambiques de cobre e/ou inox, sendo esta por escala, batelada ou tecnicamente chamada de *descontínua*. Esse modo de destilação também é utilizado pelos outros três produtores.

Dessa forma, questiona-se: o que deve determinar se o produtor é artesanal ou não? Seriam fatores relacionados à quantidade que este produz anualmente, a forma que se organiza o trabalho e que este concebe a matéria-prima, transformando-a em cachaça, o conhecimento produtivo que este possui enquanto um saber fazer adquirido entre erros e acertos ao longo de anos produzindo cachaça? Ou seriam, ainda, as definições e determinações colocadas pelo governo, pela legislação, por cooperativas ou associações de produtores e órgão de fomento, relacionadas aos equipamentos utilizados, regras que devem ser respeitadas e seguidas, como cultivar a própria cana-de-açúcar, utilizar determinado fermento, respeitar determinados tempos e medições que estudos científicos dizem ser os mais adequados?

Se considerarmos a própria tradição produtiva de cachaça ao longo da história do país, o que encontramos é uma grande diversidade de formas de produzir que não foram adquiridas atendo-se primeiro a regras ou procedimentos colocados com antecipação. Mas, pelo contrário, como coloca Gorz (2005, p. 32), “o saber [foi] aprendido quando a pessoa o assimilou a ponto de esquecer que teve de aprendê-lo”. Isso significa que cada produto tem seu próprio conhecimento, porém partilha de trocas de saberes que se complementam, quando estes são compartilhados, o que no caso da cachaça é bastante raro. Raro porque cada produtor demonstrou guardar seu conhecimento para si mesmo e afirmou que dificilmente compartilha saberes. Essa proteção me pareceu algo muito mais relacionado a algo simbólico do que propriamente relacionado a uma competição no mercado, visto que os produtos geralmente são comercializados na própria propriedade, pois são informais.

Essa diversidade de saberes e conhecimentos produtivos podem ser demonstrados quando observamos os recursos utilizados na fermentação do caldo de cana que será destinado à produção de cachaça e na escolha das madeiras que serão utilizadas no envelhecimento do produto, as quais podem definir uma infinidade de receitas de produção. Segundo Felipe Jannuzzi, em artigo publicado no jornal online *Outras Palavras*¹¹, existem mais de 30 mil unidades de produção de cachaça espalhadas por praticamente todos os estados brasileiros, que podem caracterizar diferentes *terroirs*¹² para a cachaça. Assim, na região de Salinas, MG, prevalecem cachaças com forte teor alcoólico que resultam numa cachaça branca muito

¹¹ Link: <http://outraspalavras.net/brasil/cachaca-a-refinada-bebida-do-brasil/>. Acesso em: 12/02/2016.

¹² *Terroir* significa originalmente uma extensão limitada de terra considerada do ponto de vista de suas aptidões agrícolas, particularmente à produção vitícola, mas usa-se também a expressão produtos de *terroir* para designar um produto próprio de uma área limitada.

agressiva e que exige o envelhecimento como etapa fundamental da produção, dentro do qual se prioriza madeiras nacionais como o Bálsamo e a Umburana. Por outro lado, “no interior do Rio Grande do Sul, as cachaças são mais delicadas e apresentam aromas florais provenientes da fermentação por leveduras selecionadas — uma técnica nova e bem difundida no estado”. Por influência da indústria dos vinhos gaúchos, na região também é utilizada a prática de tosta de madeiras e *blends* com carvalho europeu. Já em Paraty, no Vale do Paraíba e em muitas regiões de Minas Gerais, são utilizados ingredientes naturais durante a fermentação, como o fubá de milho e o farelo de arroz, junto ao suco de limão, o que resulta na chamada “cachaça caipira”, uma cachaça branca que agrada muito os consumidores dessas regiões.

Essas diferenças demonstradas por Jannuzzi deixam claro a diversidade que existe quando se trata de produzir cachaça e que as classificações muito marcadas podem ser perigosas, pois acaba excluindo muitos produtores de um enquadramento formal que seriam de grande utilidade no relacionamento com o mercado.

Essa mesma diversidade produtiva foi encontrada na pesquisa. Todos os produtores entrevistados fazem o envelhecimento do produto. Para que uma cachaça seja envelhecida, a Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994 (regulamentada pelo Decreto nº 6.871, de 4 de junho de 2009)¹³ determina:

Será denominada de cachaça envelhecida a bebida que contiver, no mínimo, cinqüenta [sic] por cento de aguardente de cana envelhecida por período não inferior a um ano, podendo ser adicionada de caramelo para a correção da cor. (BRASIL, 2009).

Assim, os produtores possuem uma quantidade variada de tipos de cachaça disponíveis ao consumidor, em especial a branca (ou nova) e a envelhecida, sendo que a maioria deles possui uma grande variedade de cachaças envelhecidas, tanto quanto ao tempo de envelhecimento, quanto pelo tipo de madeira utilizado para o processo. A maioria dos produtores possui também grande variedade de cachaças com sabores e licores feitos também de cachaça. Mesmo com essa grande variedade e a prática do envelhecimento, que acabam resultando em produtos sensorialmente agradáveis, para muitos consumidores importa saber se as chamadas “boas práticas de fabricação” estão sendo exercidas. Segundo os produtores, eles prezam pela qualidade do produto até mesmo por questões que consideram bastante

¹³ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Decreto/D6871.htm. Acesso: 06/05/2015.

éticas. Porém, eles são informais e isso significa que não existe uma constatação legal da qualidade e nem da regularidade. E também é preciso considerar se o que eles consideram “boas práticas” é o mesmo que a regulamentação e os interessados envolvidos também consideram.

3.4 As “boas” e as “más” práticas de fabricação

As Boas Práticas de Fabricação (BPF) estão inseridas no debate sobre segurança alimentar e este é tema recorrente em pesquisas científicas e em questões de ordem político-econômica em todo o mundo. Nosso objetivo não é abrir uma discussão com a temática da segurança alimentar propriamente dita, mas compreender, no que tange à cachaça, quais práticas são consideradas boas e quais não são, bem como se as segundas são próprias de uma produção informal ou não. As BPF são a base para a implantação do sistema de Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC), cujas diretrizes são estabelecidas pelo *Codex Alimentarius*¹⁴, e o objetivo das análises realizadas por este sistema é identificar perigos que um produto, no nosso caso a cachaça, pode apresentar para a saúde do consumidor, que podem ser considerados físicos, químicos e biológicos (VILELA, 2005; COUTINHO et al., 2012). “As BPF e o sistema APPCC se complementam e proporcionam a produção de alimentos seguros e de qualidade, redução de custos, atendimento à legislação e maior competitividade no mercado nacional e internacional” e quem regulamenta as BPF é a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) (COUTINHO et al., 2012, p. 166).

Por conta do alto grau alcoólico, a cachaça não apresenta perigo microbiológico, porém podem existir perigos químicos comprovadamente importantes como alto teor de carbamato de etila, metanol, metais pesados, tais como cobre, chumbo, arsênio e perigos físicos, com a presença de fragmentos de vidro na bebida. Esses perigos podem ser controlados caso haja um projeto de BPF (VILELA, 2005).

Vilela também alerta para a possível existência de fatores que interferem na qualidade química e sensorial da bebida, como a quantidade de compostos voláteis.

¹⁴ O *Codex Alimentarius* é uma coletânea de padrões para alimentos, códigos e práticas e de outras recomendações, apresentadas em formato padronizado, cujo princípio básico é a proteção da saúde do consumidor e a regulação das práticas de comércio de alimentos (SENAI/SEBRAE, 2000a apud VILELA, 2005).

A variação na composição de voláteis nas bebidas fermento-destiladas é influenciada pela matéria-prima (solo e clima, condições de colheita, armazenamento), pela fermentação (tipo de linhagem de levedura usada, grau de contaminação, temperatura e pH da fermentação), pelo tipo e material do aparelho de destilação. Também o controle das condições de destilação e de envelhecimento (tipo de madeira, tempo de envelhecimento, tamanho do barril) influenciam. Todos estes fatores podem ser melhor controlados com um programa BPF. Por isso a importância da conscientização do produtor em estabelecer este sistema de gestão de segurança alimentar na produção de cachaça de alambique. (VILELA, 2005, p. 52).

Assim, o objetivo em se conscientizar produtores para que estes passem a adotar um programa de BFP é uma maior aceitação e comercialização da bebida no mercado interno e, principalmente, no externo. No estudo realizado por Vilela — mais concentrado na região de Minas Gerais (Salinas, Betim e Arcos), sendo a região de Salinas a mais importante na fabricação de cachaça do país — para identificar o grau de utilização de BPF na produção de cachaça, mais de 90% dos alambiques investigados foram considerados ruins ou regulares. Como o que importa para nós é entender se a informalidade é sinônimo de má qualidade, o que chamou atenção foi o fato de que 60% dos estabelecimentos estudados nessa investigação possuíam registro. Dessa forma, compreende-se que nem sempre o registro está relacionado à qualidade.

As normas das BPF estabelecem requisitos para a edificação e instalações, equipamentos e utensílios, limpeza e sanitização, controle de pragas e do lixo, controle de água de abastecimento e afluentes, qualidade da matéria-prima, higiene do manipulador, controle do processo e garantia da qualidade do produto processado. (COUTINHO et al., 2012, p. 166).

O que Coutinho et. al. (2002) irão constatar, em estudo realizado com produtores da Paraíba, é que mesmo que estes tenham uma visão empreendedora e às vezes tenham implementado melhorias no processo de produção, os procedimentos adequados para a fabricação de uma cachaça de qualidade são ainda desconhecidos e nem sempre os princípios de higiene são observados. Assim, os autores, acabam relacionando a falha na capacitação técnica também à baixa escolaridade dos produtores, de forma que falhas no processo produtivo são geralmente atribuídos ao despreparo destes.

Uma questão apontada por Margarido et. al. (2009), em estudo com produtores da região de Araras, SP, é a falta de assistência técnica, de forma que estes “produzem de maneira empírica e rudimentar, baseados no senso comum ou informações repassadas de pai para filho” (p. 1083). A região de Araras apresenta um perfil semelhante ao que estudamos,

onde a grande maioria trabalha na informalidade, sem registro no Ministério da Agricultura e comercializa sua produção no local. Estes também apontam a falta de cuidado com a limpeza dos alambiques.

Os problemas relacionados à não conformidade com as BPF podem estar relacionadas aos seguintes fatores: a forma de recepção da cana-de-açúcar, os lugares onde ocorre a estocagem, assim como se o tempo de maturação máximo é respeitado, visto que quando este excede às 24 horas pode resultar na inversão da sacarose, perda de açúcar e aumento da acidez; a não realização da decantação de maneira adequada, de forma que as “impurezas como o bagacilho seguem para o processo e favorecem a formação de metanol e de furfural”; dornas de fermentação feitas de madeira, um material impróprio devido aos riscos de contaminação que resultam no aumento da acidez, que pode conferir sabor agressivo à cachaça; a não separação durante a destilação da primeira fração (cabeça) e da última fração (cauda), que são ricas em compostos impróprios para uma cachaça de qualidade, como já fora demonstrado; e a falta de limpeza dos alambiques e aparelhos de destilação, que resultam na contaminação pelo cobre devido ao acúmulo do chamado “azinhavre” ou de outras substâncias nocivas, no caso de destiladores de inox (COUTINHO et al., 2012).

Todos esses problemas foram observados durante a pesquisa de campo, quando pude acompanhar os processos produtivos. Não houve questionamento sobre essas questões com os produtores, porém a falta de higiene em alguns dos lugares visitados às vezes chegava a ser extrema. Porém, a qualidade sensorial do produto muitas vezes se mostrou excelente. Claro que isso está relacionado a um conhecimento bastante precário do pesquisador, quando se trata de degustação de cachaça, mas todos os consumidores com quem tive contato compartilhavam da mesma opinião. A máxima que geralmente ouvimos quando se trata de bebidas alcoólicas é a de que o “álcool mata tudo”. De qualquer modo, como os pesquisadores da área de ciências dos alimentos, da química e outras afins procuram demonstrar em suas pesquisas é o fato de que as questões físico-químicas são tão importantes a se considerar quanto as biológicas.

O que precisamos levar em conta é que essas informações que foram aqui apresentadas, na maioria das vezes não são de conhecimento dos produtores ou, quando são, elas não se tornam tão relevantes visto que o fato de sempre ter realizado os processos produtivos de uma determinada maneira e de ter um público consumidor que elogia o produto frequentemente já basta para que o produtor não pense ser necessário modificar suas técnicas.

De qualquer modo, fica claro aquilo que nós e Margarido et. al. (2009) já apontamos: a falta de assistência técnica é muito grande e uma queixa de todos os produtores. Esta poderia, quem sabe, fazer com que eles mudassem seu modo de pensar.

3.5 Os valores e os preços da cachaça

No ano de 1703, foi registrado pelo jesuíta italiano André João Antonil que se pagava “por hum barrilote de agoardente, carga de hum escravo, cem oitavas”, enquanto que “por hum moleque, cento e vinte oitavas”. Isso significa que “hum barrilote de agoardente” custava quase o mesmo preço que “hum moleque”, ou seja, um escravo menino (CAVALCANTE, 2011, p. 123-124). Uma oitava equivaleria a algo em torno de 3,5 gramas de ouro 22 quilates, ou algo entre 2 mil a 2,5 mil réis. Este, mesmo não sendo um valor considerável pra época, demonstra que a cachaça no início da colonização brasileira era uma das principais moedas de troca utilizadas na compra de escravos, já que o produto era muito valorizado pelos mercadores.

Alguns viajantes irão relatar valores variados do produto, principalmente no século XIX, como um russo chamado Urey Lisiansky, que esteve no Brasil em 1803 e considerava o preço do produto barato, custando quatro garrafas apenas 320 réis. Cavalcante (2011) apresenta outros dados variados, demonstrando que, depois de 1850, houve um aumento no preço da garrafa, indo de 80 para 280 réis. Outros iriam deixar bem claro que a aguardente era uma bebida destinada às classes baixas, justamente em razão de seu preço que estava “ao alcance dos indivíduos de fortunas modestas” (p. 146).

Esses são apenas alguns dos muitos exemplos históricos que existem em relação ao valor da cachaça, além de que seus baixos preços sempre foram do conhecimento de todos. O que nos interessa é entender o que leva o produtor informal de cachaça artesanal a determinar o preço para seu produto e o porquê deste ainda ser baixo. Em primeiro lugar, cabe apontar algumas orientações básicas da economia sobre a formação de preços para cada tipo de produto, as quais serão demonstradas com o auxílio de Paul Singer (1983, p. 11-23).

Em primeiro lugar, os preços dependem dos produtos e estes podem ser considerados elásticos ou inelásticos. Os produtos elásticos são os serviços ou as mercadorias industriais e formam-se basicamente pelos custos de produção (mão de obra, salário, matéria-prima, equipamentos). É o custo que determina o quanto a empresa vai pedir pelo produto, não sendo

necessariamente o custo do produto, mas algo a mais, que resultará no lucro da empresa. Assim, o preço do produto é formado pelo custo da produção mais uma margem de lucro que precisa ser competitivamente fixada por cada empresa e essa margem não pode ser muito diferente das outras competidoras. Esse valor cobrado a mais em cima do custo da produção é conhecido como *mark-up* e é dele que sai o lucro da empresa.

Já no caso dos produtos inelásticos, o que determina o preço dos produtos, em última análise, é o próprio comprador. Um produto inelástico, por exemplo, são os produtos agrícolas. Como a produção desses produtos depende geralmente de fatores naturais, que podem resultar em uma grande ou pequena quantidade, dependendo do ano, os mercados desses produtos podem ser, às vezes, mais competitivos e especulativos, o que aumentaria os preços, ou menos, o que reduziria o preço. Assim, ao especular o preço dos produtos, as grandes bolsas de mercadorias levam em consideração o tamanho das colheitas e o estoque gerado por colheitas anteriores, de forma que as flutuações não refletem no custo da produção, já que esta pouco se altera. Dessa forma, os preços se formam através das especulações, que levam em conta a quantidade disponível para a venda e a quantidade que se deseja consumir, assim os especuladores que formam o preço acabam determinando-o pelo consenso.

Além da forma geral do produto, o que determina a formação dos preços é forma do mercado. Desse ângulo, surgem novamente dois tipos de produtos diferentes: os produtos padronizados e o produtos não padronizados. Produtos padronizados são matérias-primas ou produtos de consumo final que não passam por indústrias, ou seja, aqueles produtos que de alguma forma o próprio consumidor determina o preço, pois existem poucos compradores para muitos vendedores (mercado oligopsônico) ou apenas um comprador (mercado monopsônico). Assim, neste regime de mercado quem acaba fixando o preço é o próprio comprador.

No caso dos produtos não padronizados é bem diferente. Os produtos aqui em questão são os industriais e estes são destinados ao consumo individual, principalmente: vão desde roupas, bebidas, alimentos, até automóveis. Mesmo que os produtos sejam os mesmos, os produtores dão um jeito de diferenciá-los através das marcas e da publicidade. Essa diferenciação também faz com que os produtores possam explorar diversas classes de consumidores, criando produtos para cada uma delas, com diferentes preços, de forma que se aproveitam da capacidade aquisitiva e da disposição de gastar que cada classe possui. Assim,

os preços são criados conforme a publicidade investida em determinado produto, que geralmente compete com outras marcas presentes no mercado, dentro do qual apenas algumas dessas marcas possuem certo monopólio.

De algum modo, todas essas formas de formação de preços de acordo com os tipos de produtos fazem parte da realidade dos produtores de cachaça, visto que estes fabricam produtos elásticos e inelásticos. Porém, em relação à cachaça, somente podemos considerá-la como sendo um produto elástico, pois o custo da produção reflete diretamente no preço final. Ao observar os dados coletados em campo, é possível notar que a diferenciação entre produtos padronizados e produtos não padronizados se dá justamente devido ao processo de envelhecimento.

No caso do produtor que prioriza a venda de cachaça branca, o comprador é quem define o preço. O argumento é de que a cachaça precisa ter um valor acessível ao consumidor. Se o preço do produto passar de 12 reais, fica difícil comercializar. Observa-se que esse é um produtor que procura atingir consumidores menos exigentes, dá preferência à quantidade de vendas do que à qualidade. Assim, o custo da produção é o critério principal e a utilização do *mark-up* ocorre de acordo com os objetivos apontados: dar uma margem de lucro com a venda das mercadorias. A cachaça branca, então, pode ser considerada um produto padronizado, principalmente quando este é vendido a granel. E isso ocorre mesmo que a quantidade de compradores nem sempre seja grande. Mas isso se deve a questões como a localidade ou mesmo a relação existente entre produtores e consumidores, já que a maioria dos consumidores é conhecida do produtor.

Em contrapartida, no caso dos produtores que procuram melhorar a qualidade da bebida, através do envelhecimento, os preços do produto são mais elevados. Os produtores procuram dar preferência à pequena produção e ao envelhecimento da bebida, mesmo que seu círculo de mercado seja local, pois isso acaba agregando valor ao produto. E esse valor, como ocorre no caso de produtos não padronizados fabricados por grandes indústrias, é gerado principalmente através da publicidade. Mas, a publicidade que é feita da própria cachaça pelos produtores não é a mesma feita por grandes destilarias, por exemplo, que usam grandes meios e comunicação como rádio, televisão, veículos impressos e a internet. Esta geralmente ocorre no próprio alambique, quando o produtor convida os clientes para experimentar os diferentes tipos de cachaças envelhecidas em diferentes madeiras, conta sua história, dá destaque à forma como produz. Outro aspecto a ser considerado é o boca a boca, um fator interessante

que possibilita a permanência de uma clientela garantida e até confiável, mesmo que essa seja limitada. Entretanto, o fato dos principais compradores geralmente serem os mesmos, faz com que os produtores não possam aumentar demais o valor do produto, pois são informais e por isso não pode explorar outros nichos de mercado.

O único caso que a pesquisa teve contato é do produtor que exporta o produto. Este, que mantém os registros em ordem, arrisca outras formas de divulgação e entra na mesma lógica dos produtores artesanais regulamentados que possuem produtos conhecidos de altíssima qualidade e que exploram mercados exigentes, tendo produtos com preços, às vezes, extravagantes. No caso desse produtor, o preço não é muito diferente dos informais, mas isso ocorre porque a maior parte de suas vendas é realizada no local e os consumidores também acabam sendo na maioria das vezes conhecidos do produtor. Outro fator que precisa ser levado em consideração é a combinação dos tipos de produtos, existente em todos os produtores, que não somente vendem a granel tanto cachaças brancas como as envelhecidas, mas também engarrafadas, e estas com preços bem mais elevados, pois pesam o valor do vasilhame e da rotulagem.

Dentro disso que foi exposto, já é possível perceber que o mercado da cachaça artesanal não é um mercado convencional, mas um mercado construído socialmente e cheio de singularidades que precisam ser consideradas para compreender porque existe uma competitividade tão discrepante entre os produtores. Dessa forma, são elementos “extra-preços” que determinam a estrutura e o funcionamento desse mercado e que influenciam na relação entre oferta e demanda deste produto, que dificilmente se realiza da mesma maneira automática que se espera para os bens de massa e indiferenciados e que nos obrigam a considerar a influência social e cultural do consumidor na estrutura e funcionamento deste mesmo mercado (ABRAMOVAY, 2007; ANDRADE, 2007; CHALITA, 2008). Os preços, assim, são explicados objetivamente via custos e remuneração do capital investido e utilizado, e subjetivamente, pelo comportamento de demanda determinado pelo poder de compra do consumidor e a sua própria preferência (CHALITA, 2008). Vamos ver agora como isso ocorre.

3.6 O mercado de cachaça

Nas últimas duas décadas, a cadeia produtiva e o mercado de cachaça artesanal têm mudado bastante. A cachaça passou a ser considerado um produto de grande importância para o agronegócio no Brasil, o que está assimilado ao seu grande potencial para a exportação. Isso

tudo está relacionado principalmente a um respaldo institucional e às profundas mudanças no aparato regulatório da bebida. Nos últimos dez anos, principalmente, observou-se grandes esforços para que a cachaça alcançasse reconhecimento no exterior com a denominação da “cachaça” como sendo um produto legitimamente brasileiro, além da construção de normas, selos de qualidade, certificações e os chamados *terroirs*. Além desses motivos, Verdi (2006) destaca que

Apesar da perspectiva de mercado, das estruturações institucionais e regulatórias do segmento no País e das várias experiências positivas de cooperação de pequenos produtores, a cachaça brasileira enfrenta ainda sérios desafios, que precisam ser superados: a produção “clandestina” (informal), o isolamento e falta de empreendedorismo da produção familiar e a exportação a granel. (VERDI, 2006, p. 93).

Em primeiro lugar, não partilho do posicionamento da autora em relação ao isolamento e a falta de empreendedorismo da produção familiar. Ao contrário disso, o que ocorre é uma grande falta de incentivo a essa forma de produção e já fora demonstrado a importância que ela tem no desenvolvimento da produção rural do país. Em segundo lugar e mais importante, que vai ao encontro da afirmação anterior, é preciso levar em consideração a forma como se organiza o mercado, a dimensão simbólica do valor social que a cachaça representa enquanto bem, a importância que o próprio consumidor possui na forma como se reproduz esse mercado e, sobretudo, o papel que as instituições reguladoras do setor produtivo em questão estão exercendo, no sentido de considerar os empecilhos resultantes da legislação para uns e os benefícios proporcionados para outros.

Ainda segundo a autora, uma maior articulação entre produtores de base familiar seria uma estratégia viável ao desenvolvimento da produção, como a formação de associações e cooperativas. Mesmo que esta tenha sido uma realidade entre os produtores que seguem essa nova dinâmica, é preciso compreender que existem similaridades no modo como os produtores se relacionam com outros produtores que dificultam a formação dessas cooperativas entre a maioria deles. E isso também precisa ser considerado, pois somente assim é possível encontrar um meio termo para as políticas públicas para o setor, além de compreender a forma como ele se organiza socialmente a partir dos sujeitos envolvidos.

O mercado de cachaça artesanal não pode ser considerado como um mercado de bens de massa e indiferenciados, mas como um mercado de produtos particulares, de alto valor simbólico, dentro do qual os consumidores se orientam pelo *status* atribuído pela origem, a procedência e a marca do produto em questão. É, portanto, um mercado construído

socialmente, dentro do qual a decisão dos indivíduos não é simplesmente pautada no preço, mesmo que esses ainda possam contar. Essa forma de mercado, como a de outros bens singulares, “exigem modalidades de coordenação econômica que a visão convencional de mercado é incapaz de conter” (ABRAMOVAY, 2007). Assim, esses mercados precisam ser qualificados através de dispositivos de julgamento que variam de acordo com o tipo de singularidade e estes vão desde “redes pessoais até colunas de crítica especializadas, passando por concurso e revistas, certificações, rastreabilidade, ou mesmo informações contidas nos próprios produtos” (ANDRADE, 2007). Esses são mecanismos cuja articulação sustenta a singularidade dos produtos de forma que acabam escapando da massificação e a incerteza do consumidor acaba sendo reduzida na decisão de qual produto optar.

Assim, Abramovay (2007) destaca que “esses dispositivos são construídos socialmente por um conjunto variado de atores e não resultam de um encontro mágico entre oferta e procura”. Isso sustenta o que afirmamos em relação aos preços, de forma que adquirir cachaça através de compra está muito mais relacionado à confiança que o consumidor deposita no produtor e no produto. Sendo visto como construção política, cultural e social, em cujas estruturas se encontram permanente a intervenção consciente e voluntária dos atores. Os mercados deixam de ser elementos de deterioração da cultura e da vida social, para serem constituídos permanentemente pela própria qualidade dos vínculos estabelecidos entre os indivíduos e os grupos sociais.

Essa discussão está inserida dentro da lógica de uma imagem que colocava o mundo da informalidade, da solidariedade social e o apoio mútuo como sendo uma espécie de fase inicial de entrada no mercado, cujo ápice resultaria em relações totalmente impessoais. Nos mercados imperfeitos ou incompletos, os atores recorreriam a relações pessoais e o próprio mundo social, como maneiras exclusivas de levar adiante suas interações, enquanto nos locais onde as trocas foram desenvolvidas os mercados responderiam exclusivamente a sinais anônimos e neutros emitidos pelo sistema de preços. Abramovay (2006) discorda dessa distinção e sustenta que a economia e o mercado não podem ser caracterizados como esferas autônomas da vida social. Os mercados não funcionam em uma lógica distinta da sociedade, mas se organizam a partir da própria vida social.

Entretanto, quando se trata do mercado da cachaça, existem outras questões que quando consideradas alimentam muito a discussão e a compreensão sobre a dimensão desse produto, entendido enquanto um bem que além dos atributos econômicos possui alto valor

simbólico, que resultam tanto de impressões negativas quanto positivas. E essas impressões continuam sendo reproduzidas e reformuladas a cada dia. Assim, para conceber de que maneira se reproduz e se organiza o mercado de cachaça artesanal — e também o industrial, para pensar no produto em todas as suas formas — é preciso levar em conta, além da forma como os agentes econômicos se portam, os gostos e as preferências dos consumidores.

Primeiramente, no que se refere à competitividade, segundo Chalita (2008), ela possui uma característica relacionada ao padrão de concorrência vigente em cada mercado, em função das percepções quanto ao processo concorrencial. As percepções dizem respeito à capacitação e estratégias dos agentes econômicos para concorrer no mercado, de forma que as qualidades que estes possuem permitem que eles ampliem ou conservem suas posições no mercado. Essas percepções são elementos “extra-preços” que determinam a estrutura e funcionamento do mercado e influenciam na relação entre oferta e demanda de um determinado produto, “uma vez que podem incitar investimentos tanto na qualidade e fabricação de similares e no desenvolvimento tanto da capacidade para servir ao mercado quanto da capacidade de diferenciação de produtos”. As percepções “têm origem nas habilidades cognitivas e interacionais dos agentes em um determinado contexto social” (p. 17).

A partir do agente estudado nesta pesquisa, é possível compreender que estas habilidades cognitivas, sendo elas aprendidas em diferentes graus, conforme um indivíduo cresce e se desenvolve mentalmente, estão relacionadas justamente ao próprio *habitus* dos produtores. Já as interações dos agentes se assemelham aos capitais sociais que estes possuem e as relações que estabelecem principalmente com os clientes. Assim, no caso dos produtores de cachaça informais, as posições conservadas no mercado, de maneira até mesmo sustentável, podem estar relacionadas a essas percepções que eles possuem, pois, recordando a afirmação de Bourdieu (2003), o próprio *habitus* define a percepção da situação que o determina. Isto porque o *habitus* possui capacidades de assimilação e de adaptação, e realiza de modo ininterrupto ajustamentos ao mundo em que se encontram (p. 141-142), de forma que os indivíduos almejem somente aquilo que eles consideram ter condições de conseguir. Não que isto seja uma regra absoluta, mas os produtores de cachaça que conheci demonstraram apenas ambições que consideravam ao alcance da mão e, quando não, foram claros em afirmar que a legislação é o principal motivo que atravanca o negócio.

Nesse sentido, o produtor movimenta recursos, capitais, tecnologias e conhecimentos, de forma a criar ou não um produto diferenciado. Este, em relação às escolhas do consumidor, resultará em um padrão de competitividade no mercado. Mas, para Chalita (2008), existe um simbolismo dominante em torno da cachaça, responsável esse por sua histórica desvalorização, fator que “limitou a aquisição de uma eficiência necessária à competitividade no mercado devido às dificuldades geradas na relação oferta e demanda do produto de qualidade”. As dificuldades na relação oferta e demanda da cachaça podem ser resumidas em dois fatos que atestam a dificuldade na coordenação do mercado da bebida e que estão relacionados à forma social do gosto pela cachaça. Primeiro que a cachaça é uma bebida que apesar do baixo preço é pouco consumida por estratos da renda média e alta no Brasil, sendo na sua forma artesanal e de preço mais elevado, consumida preferencialmente nos locais próximos à produção. E, segundo, que o mercado externo expressa uma demanda insatisfeita, já que a cachaça artesanal é pouco exportada (p. 18).

Assim, oferta e demanda não se ajustam a partir de uma mágica que resulta de cálculos racionais operados por agentes capazes de tomar a opção mais conforme aos seus interesses (BOURDIEU, 2001b). O consumo, como relação do homem com a mercadoria, nem sempre é uma tradução do comportamento racional (CHALITA, 2008). Em seu estudo sobre o mercado da casa, Bourdieu (2001b, p. 98-99) vai demonstrar que as posições que os produtores de casas ocupam no espaço social são homólogas àquelas dos compradores, de forma que os consumidores menos abastados são remetidos para “produtos mais grosseiros”, enquanto os outros se movimentam em sentido contrário, para produtos mais bem feitos que satisfaçam “o seu gosto pelo conforto, pela tradição, originalidade, em suma, o seu sentido da distinção”. Dessa forma, o ajustamento se opera a partir de uma correspondência entre as características sociais dos compradores e das empresas. A partir disso, Bourdieu sugere a substituição do mito da “mão invisível” por uma lógica de orquestração espontânea das práticas, baseadas em toda uma rede de homologias. Essa orquestração está na origem de inúmeras estratégias que são consideradas sem sujeitos, pois são mais inconscientes do que desejadas e calculadas. Isso então é algo que acaba sendo eficaz do ponto de vista simbólico, na base de uma afinidade garantida pela homologia das posições entre os hábitos dos compradores e os dos vendedores (p. 99).

Em relação às homologias, observei que os consumidores que geralmente compram cachaça dos produtores informais são aqueles que ainda possuem um forte vínculo com o rural. Esse vínculo possivelmente existe devido à própria história de vida dos consumidores e

de suas famílias, antes radicadas no meio rural. Essa questão foi constatada pela observação durante as visitas nos alambiques e em algumas conversas informais. Assim, a cultura dos consumidores é muito similar àquela dos produtores e a força simbólica em volta da cachaça artesanal, produzida em pequenas propriedades rurais em alambiques, é carregada de significados em comum entre produtores e consumidores, fato que exerce grande força de atração entre as partes. Soma-se a isso tudo um vínculo pessoal facilmente identificável na forma como se cumprimentam e se interessam um pelo outro nos diálogos sobre pessoas em comum, por exemplo.

O que ocorre, então, é um processo de elaboração social de gostos e preferências que funda a homologia citada, entre a produção do produto (oferta) e sua distribuição no meio social (demanda). “O princípio mercantil está presente no campo cultural, mas há uma autonomia provisória na sua estruturação que independe do mundo da produção e circulação” (CHALITA, 2008, p. 20). É o próprio valor simbólico que orienta as percepções que fundam as homologias presentes no mercado entre produtores e o espaço de consumidores. E é nesse sentido que a noção de “gosto” pode ser introduzida como uma disposição cultural e social ao consumo de determinado produto, pois o “gosto”, segundo Chalita, é uma “forma simbólica materializada” dele mesmo. E é isso também que faz com que a demanda, além do preço e da quantidade ofertada, passe a depender também dos gostos do consumidor. E o “gosto” é além do mais, a mais funcional marca relativa às classes sociais: ele orienta as escolhas que orientam o mundo social.

Voltando a questão do preço da cachaça, Chalita observa que existe um grande desequilíbrio entre oferta e demanda e que este problema pode estar justamente relacionado com a sua representação simbólica que “dificultou a constituição de um mercado fundado em uma suposta autonomia de relacionamento entre produção e consumo” (p. 22). Com o auxílio da autora e dados da pesquisa, vamos demonstrar de que modo se constituiu e se reproduz o valor simbólico do produto e o porquê da relação entre oferta e demanda não depender simplesmente de uma regulação comercial.

Em primeiro lugar, por ser reconhecida também como um bem simbólico, a cachaça possui certos valores incomensuráveis, os quais independem do próprio valor mercantil da produção. E esses valores são indicados justamente pelo uso social da bebida, suas formas sociais de produção e o perfil do consumo. Se hoje o mercado do produto não é rentável, isso se justifica na atribuição de valor simbólico que durante muito tempo fez o potencial gerador

de renda e bem-estar social da cachaça elementos marginais. Isso a transferiu a uma estrutura social de produção e comercialização frágeis e configurou um lento processo de construção de preferência pela cachaça, além de sua difícil inserção no mercado internacional e o fraco desenvolvimento de um mercado interno para o consumo da cachaça artesanal de qualidade (CHALITA, 2008, p. 22).

A dimensão simbólica do valor social negativo da cachaça foi produzida por meio das elites coloniais. Esse valor simbólico foi responsável pela construção de um sistema de representações compartilhadas socialmente (a desvalorização da cachaça) e pela representação das condições rudimentares em que se dava a produção da bebida. Nesse sentido, a cachaça enquanto mercadoria não teve realização individual via consumo (um ato social), de forma que a relação de troca acerca dela limitou objetivamente a expansão do mercado de cachaça. Hoje, o mercado está-se expandindo, mas exclui aqueles que não possuem capitais suficientes para se inserir nesse mercado através da regulamentação (Op. Cit., p.23).

Essa questão simbólica mostrou-se presente em todos os momentos da pesquisa de campo. Os produtores demonstraram que, mesmo com uma grande diferenciação no tipo de clientes que começaram a ter nos últimos anos, sendo estes representantes de classes mais abastadas e que se mostram muito mais exigentes de um produto de qualidade, ainda existe um grande estigma negativo sobre a cachaça. Por um lado, esse estigma se dá entre os representantes de classes altas e médias que olham para a cachaça como sendo “uma bebida popular, produzida por estabelecimentos precários, marginal à produção de açúcar e álcool, constituindo ainda uma atividade complementar às outras atividades agrícolas dos produtores” (CHALITA, 2008, p. 23). Outra dimensão deste mesmo olhar preconceituoso volta-se para a cachaça industrial: um produto barato e sem qualidade geralmente consumido em botecos por homens (em sua maioria) pertencentes às classes pobres. Por outro lado, como me disse um dos produtores, a cachaça é vista como uma bebida popular mesmo pelas classes menos abastadas, que hoje com uma maior possibilidade de compra preferem consumir bebidas destiladas fabricadas no estrangeiro como uísque, vodca, tequila, entre outros, pois estas resultam em um *status* diferenciado.

Diante disso, o que explica, ainda, o interesse pela cachaça por classes mais abastadas é a sua participação atual em um mercado de bens simbólicos que vem sendo transformada recentemente a partir da construção de uma imagem de bebida genuinamente nacional que almeja ser inserida no mercado internacional (CHALITA, 2008). Assim, o produto vem sendo

muito bem quisto por consumidores cada vez mais exigentes, e processos de certificação, *terroirs* e identificações de origem, assim como a singularização e diferenciação do produto com a utilização de técnicas de envelhecimento e produção tradicionais reajustadas conforme as boas práticas de fabricação (BPF), vêm agregando grande valor simbólico e econômico a bebida, e hoje podemos encontrar no mercado cachaças com valores que excedem os setecentos reais, um valor bastante discrepante dos produtos industriais e dos produtores artesanais informais.

Além do mais, é preciso considerar também a participação do Estado dentro desse mercado, visto que suas recentes transformações são resultado de suas ações. A intervenção do Estado, tida como necessária, é fundamental na regulamentação e na mudança da imagem social simbólica da bebida, porém, essa mesma intervenção pode colocar muito empecilhos, principalmente para os pequenos produtores que encontram sua principal dificuldade na própria regulamentação. Mesmo que hoje se observa uma elevação da receita de exportação do produto, essa se remete à cachaça industrial, já que a produção da cachaça artesanal para a absoluta maioria dos produtores sofreu também as consequências do típico padrão de modernização que atropelou as possibilidades de se estimular as pequenas unidades de produção familiar, além do fato da cachaça ser um produto no qual o conhecimento produtivo é geralmente passado de pai pra filho e haver por isso uma grande variedade de sistemas produtivos, o que não se enquadra muito bem na padronização exigida pelo mercado internacional de bebidas (CHALITA, 2008; JANNUZZI, 2016).

Dentro disso tudo, foi observado na pesquisa de campo que o local onde os produtores comercializam o próprio produto é predominantemente o local da produção, ou seja, nos próprios alambiques. Isso é válido também para o único produtor que exporta o produto. Isso se deve ao conhecimento que as pessoas possuem do produto, da confiança depositada neste, ao fato de muitos fazerem questão de ir até o sítio para comprar a bebida e também deve-se às relações pessoais e de amizade existentes entre produtor e clientes. A única exceção está em um produtor que procura atingir uma clientela menos exigente. Sua cachaça geralmente é comercializada em padarias, bares e pequenos mercados localizados na capital do estado de São Paulo, mas também no interior, em municípios próximos àquele em que o alambique está localizado, o que significa que este busca uma maior padronização do produto.

Porém, isso não se aplica a maioria. Mesmo que a percepção dominante no segmento produtivo seja a padronização da qualidade, os consumidores dos produtores com quem tive

contato, junto de um número significativo de outros consumidores existentes no país, orientam-se por uma percepção contrária aos dos produtos industriais baseados em escala de padronização.

Nesse sentido, a padronização que procura atender as exigências mercadológicas de qualidade e de segurança alimentar, possíveis no âmbito da produção industrial, conflita com as necessidades do consumidor em se obter produtos diferenciados, o que no cenário da produção da cachaça em São Paulo, passa ao largo dos mecanismos de incorporação da inovação tecnológica de produção em escala e controle do processo de produção visando uma padronização. A preferência do consumidor está, ao contrário, ancorada na raridade, no método tradicional de produção e na origem (local) da produção. (CHALITA, 2008, p. 27).

Por estarem na informalidade, geralmente os produtores encontram uma dificuldade muito grande de aumentar a produção e as vendas — isso quando não demonstraram interesse em fazê-lo — já que elas necessitam ser necessariamente clandestinas. Ademais, mesmo quando estão regulamentadas e possuem mercados mais descentralizados as vendas precisam ser limitadas ao comércio local, visto que os custos de impostos e transações extrapolam as expectativas dos produtores. Porém, o excerto anterior demonstra que o próprio interesse do consumidor é um elemento pertinente na manutenção da produção e das vendas no próprio local onde a cachaça é concebida. Assim, a questão do gosto é imprescindível para se compreender o que garante o funcionamento de tantas unidades produtivas de cachaça que se encontram na condição de informal. Cabe colocar que esses não foram investigados a fundo nesta pesquisa, pois o foco dela está principalmente nos produtores e na informalidade produtiva.

Na seção seguinte, demonstrarei a quantidade de exigências feitas aos produtores para que eles possam estar regulamentados, assim como também a quantidade de tributos e taxas que precisam ser pagas para produzir e comercializar bebidas alcoólicas no país, em especial a cachaça. De uma maneira mais objetiva e na forma de relato, isso tem por objetivo tornar o leitor ciente dos procedimentos necessários para a regulamentação e o peso que os tributos vigentes exercem sobre este produto.

4 LEGISLAÇÃO DA CACHAÇA: REGULAMENTAÇÃO DE PRODUTORES, CERTIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E TRIBUTOS.

O objetivo dessa seção é dar destaque à complexidade e à burocracia que acompanha a produção formal de cachaça, de forma a levantar possíveis hipóteses que irão de encontro às justificativas dadas pelos produtores para a condição de informalidade presente nas suas atividades e que serão discutidas na seção seguinte. A discussão estará centrada nos processos de regulamentação, na certificação dos produtos e na tributação vigente.

4.1 A regulamentação das atividades produtivas

A legalização das atividades produtivas é um processo obrigatório para todos aqueles que pretendem comercializar ou já comercializam um determinado produto. Um produtor de cachaça que não está legalizado encontra-se na informalidade, pois não possui registros nos órgãos e instituições responsáveis pela fiscalização de produtos comercializados e de todos os compromissos e responsabilidades que o produtor ou empresa produtiva devem ter com o mercado, os consumidores, os empregados — a saúde e a segurança deles —, o meio ambiente e a sociedade como um todo, pois também deixam de contribuir com o pagamento de impostos necessários para a manutenção dos setores públicos da nação. Toda atividade comercial precisa ser enquadrada em uma legislação vigente, caso contrário, o produtor estará em situação irregular, atuando na clandestinidade, e será sujeito a penalidades. Além disso, há o fato de o produtor não estar de acordo com a legislação que regula e ordena a vida dos indivíduos no comércio.

A formação de mercados cada vez mais exigentes sugere que produtos “clandestinos” não sejam bem quistos pelo público consumidor (MACCARI, 2013a). De qualquer modo, se mesmo assim 85% dos produtores do país estão irregulares ou informais, isso significa que a comercialização clandestina continua ocorrendo de maneira generalizada e esses produtores possuem uma clientela que satisfaz suas necessidades econômicas, além do fato de muitos possuírem mais de uma atividade produtiva ou outra fonte de renda, sendo a cachaça, muitas vezes, apenas um complemento. A legalização do produtor e dos produtos é, portanto, obrigatória para todos aqueles que comercializam esses produtos, seja com vendas a granel ou produtos engarrafados.

A partir do momento em que o produtor passa a comercializar sua cachaça, é necessário, então, que ele legalize suas atividades e os seus produtos se enquadrem na legislação vigente. Caso contrário, o produtor estará atuando de forma irregular e clandestina e, portanto, sujeito a penalidades que vão desde multas até o impedimento de exercer a atividade.

No ano de 2013, o SEBRAE lançou uma cartilha intitulada *Cachaça: como legalizar seu empreendimento: conheça os procedimentos para formalizar sua empresa de produção ou comercialização de cachaça e aguardente de cana*, de autoria de Lauren Dal Bo Roncato Maccari, que procura facilitar, para os produtores que já produzem cachaça, assim como para aqueles que pretendem iniciar um novo negócio, o entendimento dos processos de legalização. Com base em informações dadas por essa cartilha e o *site* do próprio SEBRAE¹⁵ — tendo em vista que esse órgão se propõe a “auxiliar produtores e empreendedores nos processos de registro e formalização” e segundo eles “a cartilha foi idealizada para facilitar o entendimento de produtores, técnicos e profissionais envolvidos no processo de registro e legalização da produção de aguardentes de cana e cachaça” (MACCARI, 2013a, p. 9) — apresentarei quais são os processos a serem seguidos para a legalização da cachaça ou aguardente de cana-de-açúcar.

Estão destacadas a seguir as etapas que precisam ser cumpridas pelos produtores no processo de legalização:

1. O proprietário precisa realizar uma consulta na Junta Comercial e no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), com o objetivo de verificar se a marca que utiliza ou que pretende utilizar para sua cachaça ou aguardente já não foi registrada por outra empresa;
2. Em seguida, é necessário que o produtor elabore e registre um contrato social da empresa, junto a Junta Comercial, necessário para que os antecedentes dos CPF's dos produtores sejam verificados juntos à Receita Federal;
3. Feito isso, o produtor em seguida poderá registrar a empresa no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas, e obter o número de cadastro (CNPJ). Nesse momento é necessário constar no contrato social o Código CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) respectivo para a produção de aguardente.
4. Com o CNPJ em mãos, o produtor poderá então registrar a empresa na Secretaria da Fazenda Estadual, e obter assim o número de cadastro da Inscrição Estadual (IE) do empreendimento;
5. Junto à Prefeitura Municipal – Secretaria Municipal da Fazenda e Vigilância Sanitária Municipal o produtor precisa obter o alvará para funcionamento da

¹⁵ Link: <http://www.sebrae-sc.com.br/Leis/default.asp?vcdtexto=4141&%5E%5EA> Acesso em 06/05/2015.

empresa, que permita ele exercer tal atividade no local em que se encontra e adquirir a Licença Sanitária Municipal;

6. É preciso registrar no MAPA tanto o estabelecimento produtor (engenho) ou engarrafador, quanto os próprios produtos (cachaça, aguardente, aguardente composta etc.). O produtor precisa fazer o registro do estabelecimento na Superintendência Federal de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (SFA) do Estado onde exerce a sua atividade e exatamente de acordo com a atividade que exerce. Caso seja feito somente o registro como Produtor e não também como Engarrafador, o produtor está proibido de comercializar o produto em garrafas, para isso é necessário que haja também um registro de Engarrafador para a empresa. Também é necessário registrar cada um dos produtos que são ou serão comercializados: se o produtor possui 10 (dez) produtos diferentes e pretende comercializá-los, cada um dos dez necessita de registro no Ministério;
7. O produtor também precisa de uma licença de operação concedida por um dos órgãos ambientais do estado. Fazer o Licenciamento Ambiental é necessário para que o produtor esteja de acordo com as exigências legais feitas pelo Ministério do Meio Ambiente (MMA) e obtenha sua Licença de Operação.
8. O registro na Secretaria da Receita Federal do Brasil – SRFB também é necessário para que o produtor obtenha o selo de controle do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI). É importante ressaltar que o IPI é um imposto obrigatório.
9. Por fim, o produtor precisa também cadastrar a empresa no Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS). Este cadastro que dará todas as garantias necessárias aos trabalhadores da empresa e é um compromisso social por parte dos produtores. (MACCARI, 2013a).

Existe, portanto, uma série de procedimentos que o produtor deve seguir para registrar seu estabelecimento e cada um deles vai exigir, por parte do produtor, documentos e garantias que sustentem a veracidade das informações registradas. Esses documentos e essas garantias acabam tendo um custo, por exemplo, quando o produtor necessita da constatação de um técnico referente à qualidade do produto à venda, que cobrará pelo serviço, ou ainda, quando ele precisa de um engenheiro para elaborar uma planta do engenho e das instalações, que precisa ser apresentada na SFA ao registrar o estabelecimento. Para executar os processos de registro o produtor deverá ter conhecimento pleno da Instrução Normativa nº 19, de 15 de dezembro de 2003¹⁶, que dispõe sobre as normas sobre requisitos, critérios e procedimentos para o registro de estabelecimento, bebida e fermentado acético e expedição dos respectivos certificados.

Além dos registros, existem também alguns requisitos mínimos que os estabelecimentos de bebidas devem cumprir, os quais se encontram na Instrução Normativa nº

¹⁶ Disponível em: <http://www.ibravin.org.br/public/upload/legislation/1379429964.pdf>. Acesso: 06/05/2015.

5, de 31 de março de 2000¹⁷, e se referem à localização, construção, equipamentos e utensílios, condições higiênico-sanitárias, controle de qualidade e Responsabilidade Técnica (RT). No momento da adequação aos detalhes exigidos em cada um desses pontos, que não são poucos, foi observável em campo ao compararmos alambiques legalizados de outros não legalizados, que naqueles que foram adequados às exigências, os produtores tiveram que realizar uma verdadeira reforma nos alambiques e engenhos, quando não construíram novos ambientes e espaços de trabalho, além de investirem grandes valores na compra de inúmeros equipamentos e utensílios necessários a todas as instâncias da produção. No quadro a seguir, apresentado de maneira simplificada e ordenada por Maccari (2013a), na cartilha do SEBRAE já citada, podemos observar as exigências mínimas feitas para as instalações e equipamentos dos alambiques e engenhos produtores de cachaça e aguardente de acordo com a seção do processo produtivo e de armazenamento:

Quadro 2. Exigências mínimas feitas para as instalações e equipamentos dos alambiques e engenhos produtores de cachaça e aguardente

SEÇÃO	INSTALAÇÕES	EQUIPAMENTOS
Moagem	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deve ser coberta ▪ Piso resistente e impermeável ▪ Com espaço suficiente para atender o volume de produção ▪ Sem acesso a entrada de insetos, roedores etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Moenda ▪ Tubulações ▪ Decantador ▪ Refratômetro
Fermentação	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deve ser coberta ▪ Paredes de alvenaria, com revestimento liso e lavável ▪ Espaço suficiente para as dornas de fermentação, e com espaço entre elas para à realização das operações ▪ Ter ventilação e iluminação adequadas ▪ Piso impermeável, com inclinação suficiente ao escoamento das águas ▪ Sem acesso a entrada de insetos, roedores etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dornas em aço carbono, aço inox ou outro material similar que não transfira compostos tóxicos à bebida ▪ Sacarímetro ▪ Termômetro
Destilação	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deve ser coberta ▪ Paredes de alvenaria, com revestimento liso ▪ Piso impermeável, com inclinação suficiente ao escoamento das águas ▪ Área compatível ao abrigo dos equipamentos de destilação, com espaço suficiente à realização das operações ▪ Sem acesso a entrada de insetos, roedores etc. ▪ Ter ventilação e iluminação adequadas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Destilador ou alambique e caixa de recepção da cachaça. ▪ Termômetros e alcoômetros

¹⁷ Disponível em: <http://www.ibravin.org.br/public/upload/legislation/1379429856.pdf>. Acesso: 06/05/2015.

<p>Armazenamento e Envelhecimento</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deve ser coberta ▪ Piso impermeável, com inclinação suficiente ao escoamento das águas ▪ Paredes de alvenaria, não obrigatoriamente revestidas ▪ Área e altura compatíveis com a necessidade (abrigo dos tonéis) e à realização das operações ▪ Sem acesso a entrada de insetos, roedores... 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tonéis e/ ou barris de madeira ou tanques de aço inox (tanques plásticos – somente com laudo atestando que o material pode ser usado para bebidas alcoólicas)
<p>Lavagem/Enxague de Vasilhame</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Área compatível ao abrigo dos equipamentos, com espaço suficiente à realização das operações ▪ Paredes de alvenaria com revestimento de azulejo de cor clara ou tinta lavável até uma altura mínima de 2 metros (é possível outro revestimento desde que seja de material liso, impermeável, lavável e inócuo) ▪ Teto constituído de material impermeável, liso e inócuo, de cor clara ▪ Piso impermeável com inclinação suficiente ao escoamento das águas (não serve ardósia ou material similar) ▪ Ter ventilação e iluminação adequadas ▪ Sem acesso a entrada de insetos, roedores etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Equipamento mecânico para lavagem a quente de vasilhame reutilizado ou água fria no caso de enxágue de garrafas novas
<p>Engarrafamento</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Área compatível ao abrigo dos equipamentos, com espaço suficiente à realização das operações ▪ Paredes de alvenaria com revestimento de azulejo de cor clara ou tinta lavável até uma altura mínima de 2 metros (é possível outro revestimento desde que seja de material liso, impermeável, lavável e inócuo) ▪ Teto constituído de material impermeável, liso e inócuo, de cor branca ▪ Piso impermeável, com inclinação suficiente ao escoamento das águas (não serve ardósia ou material similar) ▪ Ter ventilação e iluminação adequadas ▪ Sem acesso a entrada de insetos, roedores etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Equipamento para envase (manual ou automático) ▪ Equipamento mecânico para fechamento das garrafas (se for o caso) ▪ Filtros para partículas sólidas e outros equipamentos, de acordo com o processo tecnológico ▪ Rotuladora e equipamento para marcação de lote (se for o caso)
<p>Depósito/ Armazenamento de Produto Acabado</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Área com espaço suficiente à realização das operações ▪ Paredes de alvenaria ▪ Piso impermeável ▪ Estrados para acondicionar as caixas de produto ▪ Coberto e arejado 	
<p>Depósito de: insumos, material de limpeza e produtos químicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Áreas separadas para insumos, rótulos, vasilhames, embalagens da área destinada para material de limpeza e produtos químicos. Dependendo dos produtos químicos utilizados, a área deverá ser de acesso restrito e devidamente sinalizada ▪ Área com espaço suficiente à realização das operações ▪ Paredes de alvenaria ▪ Piso impermeável ▪ Ter ventilação e iluminação adequadas ▪ Coberto e arejado 	

Como é possível observar, não são poucas as exigências referentes às instalações onde se produz, engarrafa e estoca cachaça. Tendo em vista a maioria dos alambiques estudados na pesquisa, foi possível notar que seus proprietários precisariam investir valores possivelmente altos para fazerem a adequação de seus estabelecimentos às exigências expostas no quadro, já que as instalações, algumas vezes bastante precárias, nem se comparavam às exigidas ou àquelas dos produtores legalizados com quem tive contato.

Essas exigências todas são feitas para o registro dos estabelecimentos. Todas as estruturas do alambique ou engenho devem ser descritas no momento do registro através de um Memorial Descritivo dos Equipamentos e Instalações, tendo anexa planta baixa e de cortes longitudinal e transversal, dentro das normas técnicas, entre outros documentos exigidos para o processo, como cópia do contrato social, CNPJ, IE e anotação de responsabilidade técnica ou documento correlato, expedido pelo Conselho Profissional do Técnico responsável pelo estabelecimento (MACCARI, 2013a).

Como vemos, mesmo que os registros no MAPA sejam gratuitos, existe uma gama de informações a que o produtor deve se ater e tomar conhecimento para que no momento do registro possa estar adequado a elas e já ter feito os investimentos necessários para estar de acordo com a legislação, inclusive o serviço do técnico responsável, a emissão de documentos e as reformas exigidas nas instalações. Caso contrário, um produtor desavisado e desinformado acabaria tendo de paralisar suas atividades após dar entrada nos processos. Logicamente que, em termos legais, seria o mais correto, mas devemos entender que para muitos, mesmo que exerçam outras atividades produtivas, produzir e vender cachaça, mesmo de modo irregular, é a principal atividade econômica da família.

Mas, as dificuldades e complexidades no que se referem aos registros não param por aí. Como já dito, além do estabelecimento, todos os produtos comercializados precisam ser registrados, ou seja, a empresa terá que fazer tantos registros quantas forem as suas marcas ou composições (MACCARI, 2013a). Em primeiro lugar, cabe destacar que existe diferença entre *cachaça* e *aguardente*. De acordo com o Decreto nº 6.871 de 4 de junho de 2009¹⁸, o qual 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,

¹⁸ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Decreto/D6871.htm. Acesso: 06/05/2015.

A aguardente é a bebida com graduação alcoólica de trinta e oito a cinquenta [sic] e quatro por cento em volume, a vinte graus Celsius, obtida do rebaixamento do teor alcoólico do destilado alcoólico simples ou pela destilação do mosto fermentado. (Art. 51)

[...]

Cachaça é a denominação 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 do caldo de cana-de-açúcar com características sensoriais peculiares, podendo ser adicionada de açúcares até seis gramas por litro. (Art. 53). (BRASIL, 2009)

Assim, “quando a aguardente de cana-de-açúcar for produzida pela destilação do mosto fermentado e estiver dentro da graduação alcoólica de 38 a 48 por cento em volume, será uma cachaça” (MACCARI, 2013a). Ou seja, toda cachaça é uma aguardente de cana-de-açúcar, mas nem toda aguardente de cana-de-açúcar é uma cachaça.

Para registrar os produtos, o produtor deve pedir um requerimento ao Serviço de Inspeção a SFA do estado, solicitando o registro do produto e preencher um formulário específico de cadastro do produto, no qual é preciso ser adicionadas todas as especificidades da cachaça ou da aguardente, como graduação, forma de armazenamento, se há ou não adição de açúcares ou água para regular a graduação — no que se trata da adição de açúcares ou água existe uma quantidade permitida, sendo de açúcar 6 gramas por litro (6g/L ou 0,6g/100 ml) e água a quantidade suficiente para (q.s.p.) a padronização do produto. Todos os produtos registrados no MAPA precisam sempre ser vendidos no mesmo padrão, não sendo permitida mudança na composição do produto entre uma destilação e outra, assim como cada mudança que venha a ocorrer, sejam quais forem os motivos, deve ser imediatamente comunicada através de requerimento, sendo necessário anexar outros documentos para que ocorra a alteração no registro, assim como se houver mudanças de razão social, marca ou cancelamento (MACCARI, 2013a).

Por fim e não menos importante, é necessário que os rótulos da bebida contenham alguns “dizeres obrigatórios” exigidos no artigo 11 do Decreto nº 6871/2009:

O rótulo da bebida deverá conter, em cada unidade, sem prejuízo de outras disposições de lei, em caracteres visíveis e legíveis, os seguintes dizeres:

I – nome empresarial do produtor ou fabricante, do padronizador, do envasilhador ou engarrafador ou do importador;

II – endereço do produtor ou fabricante, do padronizador, do envasilhador ou engarrafador ou do importador;

III – número do registro do produto no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento ou o número do registro do estabelecimento importador, quando bebida importada;

- IV – denominação do produto;
- V – marca comercial;
- VI – ingredientes;
- VII – a expressão: Indústria Brasileira, por extenso ou abreviada;
- VIII – conteúdo, expresso na unidade de medida correspondente, de acordo com normas específicas;
- IX – graduação alcoólica, expressa em porcentagem de volume alcoólico, quando bebida alcoólica;
- X – grau de concentração e forma de diluição, quando se tratar de produto concentrado;
- XI – forma de diluição, quando se tratar de xarope, preparado líquido ou sólido;
- XII – identificação do lote ou da partida;
- XIII – prazo de validade; e
- XIV – frase de advertência, conforme estabelecido em legislação específica. (BRASIL, 2009)

4.2 A certificação da cachaça de qualidade.

A certificação é voluntária e tem objetivos específicos, entre eles a valorização e o desenvolvimento do mercado da cachaça de qualidade. É uma declaração formal de que algo é verdadeiro, algo que ateste que a qualidade do produto é mesma aquela informada pelo produtor. Esta é necessariamente emitida por quem tenha credibilidade e autoridade legal pra isso, além de uma “fé pública” que seja reconhecida¹⁹.

No caso da cachaça, o único programa de certificação reconhecido pelo governo²⁰ — até mesmo por ser uma iniciativa do MAPA — é o Programa Nacional de Certificação da Cachaça, feito pelo Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia — Inmetro, em parceria com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento — MAPA, através de um processo formal que cumpre etapas estabelecidas e corporifica a certificação em um documento.

O certificado que corporifica a certificação da cachaça de qualidade é facilmente reconhecido pelo consumidor, através do Selo de Identificação da Conformidade (SEBRAE, 2009).

¹⁹ Wikipédia, a enciclopédia livre. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Certifica%C3%A7%C3%A3o>
Acesso: 06/05/2015

²⁰ Entretanto, existem também outros certificados de qualidade e os socioambientais, como o orgânico e/ou, de indicação geográfica: as cachaças de Salinas, MG, e de Paraty, RJ, são nacionalmente conhecidas como produtos de qualidade ímpar.

Além do mais, a certificação da conformidade da cachaça é voluntária. Os processos de certificação são similares aos processos de legalização, pois são baseados em requisitos específicos estabelecidos pelo MAPA, na Instrução Normativa nº 13, de 29 de junho de 2005, que traz anexo ao seu texto um Regulamento Técnico para Fixação dos Padrões de Identidade e Qualidade para Aguardente de Cana e para Cachaça. É esse o texto no qual o Inmetro se baseia para a elaboração de critérios e procedimentos que estão definidos nos chamados Requisitos de Avaliação da Conformidade — RAC.

O RAC da cachaça foi elaborado no ano de 2005, fruto da parceria já citada (OLIVEIRA; MARTINS, 2010). As instituições atuantes demonstram grande esforço para que mais produtores busquem a certificação de seus produtos, apontando uma série de vantagens. Entretanto, isso também demanda gastos por parte dos produtores, o que acaba sendo um empecilho.

No ano de 2005, a partir da Instrução Normativa nº 13, de 29 de junho de 2005, foi publicado pelo Inmetro — através da Portaria nº 126 de 24 de junho de 2005, que depois foi revogado pela Portaria Inmetro/MDIC nº 276 de 24 de setembro de 2009, sendo em seguida parcialmente substituído pela Portaria Inmetro/MDIC nº 71 de 15 de março de 2010 — o chamado Requisitos de Avaliação da Conformidade (RAC) da cachaça, como parte do Programa Nacional de Certificação da Cachaça (PNCC). Este tinha por objetivo

destacar aquelas bebidas cuja produção segue corretamente os padrões técnicos, legais, sociais e ambientais, contribuindo para uma nova prática de consumo responsável. Dentre os seus benefícios, o Programa ressalta o incentivo à melhoria contínua da qualidade da bebida e do processo de produção, a indicação formal de que o produtor atende a requisitos de saúde, segurança, meio ambiente e responsabilidade social, a agregação de valor às marcas, aumentando a competitividade dos produtores, a maior facilidade de entrada do produto em novos mercados internos e externos, e o acesso à informação e proteção do consumidor nas decisões de compra. (OLIVEIRA; MARTINS, 2010, p. 5)

A avaliação da conformidade é uma certificação voluntária e para solicitá-la o produtor deve entrar com um pedido junto a um Organismo de Certificação de Produtos (OCP), acreditado pelo Inmetro. É o OCP que fará a auditoria nos alambiques ou engenhos, os ensaios do produto, e que ficará responsável pela fiscalização do produtor e dos produtos e do uso correto dos Selos de Conformidade cedidos pelo Inmetro, caso o produtor venha a receber a certificação.

De certa forma, o RAC faz as mesmas exigências feitas pela legislação citadas anteriormente no **Quadro 2**. É também necessário que o produtor possua, primeiramente, registro do estabelecimento e dos produtos junto ao MAPA, a licença ambiental do Ministério do Meio Ambiente (MMA) e os procedimentos documentados que assegurem a preservação do meio ambiente e esteja de acordo com Normas Regulamentares da mão de obra, que garantem a segurança e a integridade dos trabalhadores do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). O produtor deve então cumprir alguns requisitos de responsabilidade social, saúde, segurança e meio ambiente previstos no RAC, para poder ter sua cachaça certificada. Estes se referem: ao descarte correto dos produtos, subprodutos, embalagens e resíduos de forma controlada, de forma a não provocar riscos de contaminação ao meio ambiente; à mão de obra regularizada de acordo com a legislação, não sendo permitido o uso de mão de obra infantil ou escrava; ao fornecimento gratuito por parte do produtor de equipamentos de proteção individual (EPIs) adequados, sendo responsabilidade dele o uso destes pelos trabalhadores; e, a proibição do fumo nos ambientes da produção (SEBRAE, 2009).

Ao cumprir corretamente todos os requisitos do RAC e da Instrução Normativa nº 13/2005, o produtor estará então habilitado para utilizar o Selo da Conformidade, o qual dará então ao consumidor as garantias relativas à qualidade do produto e dos compromissos cumpridos por parte do produtor com a responsabilidade social, a segurança, a saúde e o meio ambiente.

A certificação é uma forma de explicitar a conformidade do produto quanto a requisitos de qualidade e segurança alimentar, além de demonstrar o compromisso do produtor com questões ambientais e de responsabilidade social. (SORATTO; VARVAKIS; HORII, 2006, p. 687)

Segundo Soratto, Varvakis e Horii (2006), a certificação agrega valor à marca, o que aumenta sua competitividade e a qualidade percebida pelo cliente. Por outro lado, a certificação exige investimento por parte do produtor, que pode variar muito dependendo do tipo de certificado, do nível de conformidade já existente e da dimensão da empresa (MACCARI, 2013b). Assim, isso seria um dos motivos pelo qual, entre os produtores regulamentados que foram estudados na pesquisa, nenhum deles possuía a cachaça certificada, já que os retornos destes investimentos nem sempre são garantidos. Além do fato de o produtor ter de passar por mais um processo bastante complexo depois de já ter passado pelo da legalização. Essa questão não foi abordada durante as entrevistas, entretanto as

garrafas e rótulos de todos os produtos adquiridos foram analisados e constatou-se que nenhum deles possuía selo ou indicação de conformidade.

4.3 Tributação da cachaça

Há diversos tipos de tributos que incidem sobre a fabricação e a venda de cachaça, sendo eles federais, estaduais e também municipais. O que determinará esses tributos é o enquadramento da empresa em determinado regime de tributação (MACCARI, 2013c).

Até o ano de 2001, era possível que os produtores se enquadrassem no regime do **Simples** (Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte). Esse sistema de tributação simplificada, criado no ano de 1996 através de medida provisória que fora convertida na Lei nº 9.317/1996 pelo governo brasileiro, tinha por objetivo facilitar o recolhimento de contribuições das microempresas e médias empresas. Em 2006, a Lei 9.317/96 foi revogada pela Lei Complementar 123/06, passando esta a regular o **Simples Nacional** ou **Supersimples**.

O **Simples Nacional** é um regime tributário diferenciado, simplificado e favorecido, previsto na Lei Complementar nº 123, de 2006, aplicável às Microempresas e às Empresas de Pequeno Porte, a partir de 1º de julho de 2007²¹. O art. 12 da referida Lei Complementar define o Simples Nacional como um Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte.

O **Simples Nacional** poderia ser considerado o melhor regime de tributação, porém nem todas as microempresas e empresas de pequeno porte podem aderir a esse regime de tributos, inclusive os produtores de cachaça. Esse regime de tributação é bastante vantajoso, pois possui uma tabela de tributos com valores fixos, mais simples de calcular e bastante reduzidos em comparação com os outros regimes previstos na legislação — inclusive o **Lucro Real** e o **Lucro Presumido** — possíveis para o enquadramento de pequenas e médias empresas produtoras de cachaça, dos quais falaremos mais adiante. A seguir, pode ser observado como são reduzidos os valores das alíquotas para as microempresas e empresas de pequeno porte:

²¹ http://www.receita.fazenda.gov.br/AutomaticoSRFsinot/2007/07/02/2007_06_01_18_15_50_178706295.html

**Tabela 1. TABELA DO SIMPLES NACIONAL:
Alíquotas e Partilha do Simples Nacional — Indústria**

Receita Bruta em 12 meses (em R\$)	Alíquota	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/ Pasep	CPP	ICMS	IPi
Até 180.000,00	4,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,75%	1,25%	0,50%
De 180.000,01 a 360.000,00	5,97%	0,00%	0,00%	0,86%	0,00%	2,75%	1,86%	0,50%
De 360.000,01 a 540.000,00	7,34%	0,27%	0,31%	0,95%	0,23%	2,75%	2,33%	0,50%
De 540.000,01 a 720.000,00	8,04%	0,35%	0,35%	1,04%	0,25%	2,99%	2,56%	0,50%
De 720.000,01 a 900.000,00	8,10%	0,35%	0,35%	1,05%	0,25%	3,02%	2,58%	0,50%
De 900.000,01 a 1.080.000,00	8,78%	0,38%	0,38%	1,15%	0,27%	3,28%	2,82%	0,50%
De 1.080.000,01 a 1.260.000,00	8,86%	0,39%	0,39%	1,16%	0,28%	3,30%	2,84%	0,50%
De 1.260.000,01 a 1.440.000,00	8,95%	0,39%	0,39%	1,17%	0,28%	3,35%	2,87%	0,50%
De 1.440.000,01 a 1.620.000,00	9,53%	0,42%	0,42%	1,25%	0,30%	3,57%	3,07%	0,50%
De 1.620.000,01 a 1.800.000,00	9,62%	0,42%	0,42%	1,26%	0,30%	3,62%	3,10%	0,50%
De 1.800.000,01 a 1.980.000,00	10,45%	0,46%	0,46%	1,38%	0,33%	3,94%	3,38%	0,50%
De 1.980.000,01 a 2.160.000,00	10,54%	0,46%	0,46%	1,39%	0,33%	3,99%	3,41%	0,50%
De 2.160.000,01 a 2.340.000,00	10,63%	0,47%	0,47%	1,40%	0,33%	4,01%	3,45%	0,50%
De 2.340.000,01 a 2.520.000,00	10,73%	0,47%	0,47%	1,42%	0,34%	4,05%	3,48%	0,50%
De 2.520.000,01 a 2.700.000,00	10,82%	0,48%	0,48%	1,43%	0,34%	4,08%	3,51%	0,50%
De 2.700.000,01 a 2.880.000,00	11,73%	0,52%	0,52%	1,56%	0,37%	4,44%	3,82%	0,50%
De 2.880.000,01 a 3.060.000,00	11,82%	0,52%	0,52%	1,57%	0,37%	4,49%	3,85%	0,50%
De 3.060.000,01 a 3.240.000,00	11,92%	0,53%	0,53%	1,58%	0,38%	4,52%	3,88%	0,50%
De 3.240.000,01 a 3.420.000,00	12,01%	0,53%	0,53%	1,60%	0,38%	4,56%	3,91%	0,50%
De 3.420.000,01 a 3.600.000,00	12,11%	0,54%	0,54%	1,60%	0,38%	4,60%	3,95%	0,50%

Fonte: (Brasil, 2006)

Para se enquadrar no regime de tributos do **Simples Nacional**, somente é necessário que as microempresas e empresas de pequeno porte possuam um faturamento ou receita bruta anual igual ou inferior a R\$360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais), respectivamente. A partir desses critérios, é possível presumir que a grande maioria dos produtores de cachaça artesanal se enquadraria nesses requisitos relativos ao faturamento. Entretanto, de acordo com a Lei Complementar nº 123, de 2006²²:

Art. 17. Não poderão recolher os impostos e contribuições na forma do Simples Nacional a microempresa ou a empresa de pequeno porte:

[...]

X – que exerça atividade de produção ou venda no atacado de:

[...]

b) bebidas a seguir descritas:

1 – alcoólicas;

²² Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm, Acesso: 06/05/2015.

Isso, então, acaba impedindo que os produtores de cachaça artesanal ou de alambique sejam enquadrados no regime de tributação do **Simples Nacional**. Sem essa alternativa, em que, em termos de faturamento, está a grande maioria dos produtores de cachaça, restam duas opções: o **Regime de Lucro Real** ou o **Regime de Lucro Presumido**. O produtor de cachaça deve escolher um desses dois (MACCARI, 2013c).

Além das duas cartilhas do ano de 2013 do SEBRAE aqui citadas, referentes aos processos de Legislação e Certificação de cachaça e aguardente, o órgão também disponibiliza outra referente à tributação, intitulada *Tributação da cachaça: como calcular os tributos: conheça os tributos que incidem na produção e comercialização da cachaça*, também de autoria de Maccari. Será com o auxílio dela que continuaremos demonstrando quais são os tributos que precisam ser pagos para a fabricação de cachaça e aguardente e quais são suas alíquotas e como calculá-las.

O objetivo aqui pretendido foi de simplificar para o leitor também aquilo que é apontado como bastante complexo pelos produtores quando se trata de tributos, calcular suas alíquotas. Espera-se, assim, que esse possa ter uma dimensão cada vez mais precisa dos processos e exigências legais feitas pelo governo aos produtores de cachaça e dos altos e numerosos tributos cobrados. Com isso, o objetivo é demonstrar o entendimento obtido na pesquisa dos processos que os produtores tanto se queixam de não compreender, e assim justificar essas queixas.

Como já foi dito, sem a possibilidade de optar pelo **Simples Nacional**, resta ao produtor os regimes de tributação do **Lucro Real** e **Lucro Presumido**. Esses dois, diferentes do **Simples Nacional**, não possuem uma tabela fixa de tributos que se altera somente de acordo com o faturamento da empresa, mas levam em conta fórmulas e cálculos diversos, também um pouco mais complexos.

Os tributos federais que devem ser pagos, são:

- **COFINS** – Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social.
- **CSLL** – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido.
- **IPI** – Imposto sobre Produtos Industrializados.
- **IRPJ** – Imposto de Renda da Pessoa Jurídica.
- **PIS** – Programa de Integração Social.

O valor a ser pago em cada tributo (COFINS, CSLL, IRPJ e PIS) depende do enquadramento da empresa, do seu regime tributário. No caso do IPI, a base de cálculo é bastante diferente e será explicado mais a frente. A cartilha citada disponibiliza um quadro com os valores dos outros quatro tributos federais:

Quadro 3. Alíquotas para os Tributos Federais nos Regimes de Lucro Real e Lucro Presumido

	LUCRO REAL	LUCRO PRESUMIDO
PIS	1,65%	0,65%
COFINS	7,65%	3,00%
CSSL	9,00%	9,00% (12,00%)
IRPJ	15,00%	15,00% (8,00%)

Fonte: MACCARI, 2013c

Para o pagamento de PIS e COFINS, existe uma diferença entre Lucro Real e Lucro Presumido que vai além do percentual das alíquotas. Quando se trata de Lucro Presumido, o cálculo é feito diretamente, multiplicando a alíquota pelo faturamento que a empresa teve. No caso do Lucro Real, existe a possibilidade de se descontar do valor dos impostos — mesmo PIS e COFINS — que foram pagos pelo fornecedor de insumos pelos seus faturamentos, excluindo primeiro do valor total o valor do IPI. Assim, os impostos pagos pelo fornecedor de insumos serviriam como um crédito para o produtor subtrair um pouco desses impostos sobre o seu faturamento. Dessa forma, o que afirma Maccari (2013c), é que o regime de Lucro Real pode ser mais vantajoso àquelas empresas que possuem lucros baixos, ficando o Lucro Presumido para aquelas que possuem um lucro mais alto.

Quanto aos valores cobrados sobre o IRPJ e CSLL, quando se trata de Lucro Real, primeiro é recomendado que um contador faça o cálculo do lucro real da empresa, tamanha a complexidade, e este será a Base de Cálculo dos tributos. Segundo a Receita Federal:

É a base de cálculo do imposto sobre a renda apurada segundo registros contábeis e fiscais efetuados sistematicamente de acordo com as leis comerciais e fiscais. A apuração do lucro real é feita na parte A do Livro de Apuração do Lucro Real, mediante adições e exclusões ao lucro líquido do período de apuração (trimestral ou anual) do imposto e compensações de prejuízos fiscais autorizadas pela legislação do imposto de renda, de acordo com as determinações contidas na Instrução Normativa SRF nº 28, de 13 de junho 1978, e demais atos legais e infralegais posteriores. (MACCARI, 2013c, p. 27)

A alíquota de 15% (IRPJ) será multiplicada pelo valor total desse Lucro Real calculado pelo contador: é este valor que será tributado. Porém, quando passar de um determinado valor preestabelecido pela legislação por um trimestre ou um ano, é preciso ser multiplicado sobre o valor excedente, além dos 15% da alíquota mais 10%, ficando assim uma alíquota de 25% sobre o valor excedente. Por fim, somam-se os valores cobrados sobre o Lucro Real máximo permitido no período (anual ou trimestral) aos valores cobrados sobre o excedente, e assim obterá o valor total do IRPJ que deverá ser pago pela empresa. No caso do CSLL, somente é preciso multiplicar a alíquota de 9% sobre o Lucro Real da empresa para obter o valor do imposto a ser pago.

Em relação ao Lucro Presumido, não é necessário calcular o Lucro Real da empresa junto ao contador para estabelecer o valor a pagar. O empresário, de preferência também junto ao seu contador, multiplica o valor de 8% que está entre parênteses na Tabela pelo faturamento total da empresa para obter então o lucro presumido. No caso, a Receita Federal presume que a empresa tem um lucro de 8% sobre o faturamento. Este valor então, o lucro, será a Base de Cálculo para o imposto de renda (IRPJ). Agora só é preciso multiplicar os 15% da alíquota sobre o valor do lucro obtido do cálculo anterior e deles resultará o valor do IRPJ para Lucro Presumido. Para o CSLL, o cálculo é exatamente o mesmo, entretanto, o que muda somente é o valor das alíquotas a serem aplicadas, sobre a base de cálculo e o imposto, de acordo com o **Quadro 3**.

Já para o IPI, a forma de tratar esse imposto para produtores de cachaça é diferente do que para outros tipos de produtos. Em primeiro lugar, todo fabricante de cachaça tem como obrigação, antes de começar a vender seu produto, efetuar um Registro Especial na Receita Federal. Este por sua vez, exige também mais uma grande quantidade de documentos e o preenchimento correto de informações, as quais se erradas, acabariam atrasando bastante o processo de vendas. Por isso, espera-se do produtor, engarrafador ou atacadista que ele estude bem a Instrução Normativa²³ que determina as normas para esse Registro Especial.

O valor do IPI a ser pago pela empresa possui uma base de cálculo bastante diferente das anteriores e é justamente por isso que o Registro Especial na Receita Federal é necessário. Além do que, a cachaça tem uma base de cálculo específica.

²³ Instrução Normativa da SRF nº 1432, de 26 de dezembro de 2013. Disponível em: <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?visao=anotado&idAto=48865#1377431>. Acesso: 07/05/2015

É importante destacar que o valor do IPI a ser pago não é um percentual (alíquota), como vimos nos impostos anteriores. A legislação determina a incidência do IPI sobre as bebidas alcoólicas, de acordo com o sistema de tributação instituído pela Lei nº 7.798/89, estabelecendo-se classes de valores em relação a cada produto. Neste caso, o tributo tem valor fixo, que depende do seu enquadramento em uma das classes previstas na legislação. (MACCARI, 2013c, p. 35).

Essas referidas classes estão previstas na tabela de incidência do IPI e o enquadramento do produto é feito pela Receita Federal, a partir das análises das informações fornecidas pela empresa. “Na análise do pedido de registro, a Receita defere o pedido e já define a classe com o valor do IPI a ser pago, de acordo com a tabela TIPI – Tabela de Incidência do Imposto Sobre Produtos Industrializados” (MACCARI, 2013c, p. 35).

As classes variam de acordo com o preço de venda da cachaça e a capacidade do recipiente. Assim, o IPI incidente sobre a cachaça é bastante relevante, tendo em vista que, dependendo do valor de venda da cachaça, o valor do imposto pode representar mais de 20% do faturamento da empresa. Comparando os impostos apresentados anteriormente com o valor do IPI, podemos concluir que este é bastante oneroso na sua incidência (ARAÚJO et al., 2010).

Segundo Araújo et al. (2010), um dos princípios aplicáveis do IPI é a seletividade, o que significa que as alíquotas menores devem ser aplicadas para os produtos industrializados essenciais, enquanto as maiores para os produtos considerados mais supérfluos, prejudiciais à saúde e, portanto, não aconselháveis para o consumo. Assim, a cachaça, sendo uma bebida alcoólica, está entre esses produtos desaconselháveis ao consumo, o que faz com que sejam aplicadas sobre ela as maiores alíquotas.

A incidência do IPI sobre bebidas alcoólicas é determinada pelo sistema de tributação instituído pela Lei nº 7.798/89. A alíquota do IPI é um valor fixo, como já dito, e depende do seu enquadramento em uma das classes previstas no capítulo 22 da Tabela de Incidência do IPI (TIPI) — aprovada pelo Decreto nº 7.660, de 23 de dezembro de 2011 —, que dispõe sobre bebidas, líquidos alcoólicos e vinagres. A seguir, a Tabela de Classes retirada da TIPI com os respectivos valores das alíquotas em Reais:

Tabela 2. Distribuição de Classes IPI

Classes	IPI R\$	Classes	IPI R\$	Classes	IPI R\$
A	0,14	I	0,61	Q	2,90
B	0,16	J	0,73	R	3,56
C	0,18	K	0,88	S	4,34
D	0,23	L	1,08	T	5,29
E	0,30	M	1,31	U	6,46
F	0,34	N	1,64	V	7,88
G	0,39	O	1,95	X	9,59
H	0,49	P	2,39	Y	11,70
				Z	17,39

Fonte: Tabela de Incidência do IPI (TIPI)²⁴.

O enquadramento do produto é feito pela Receita Federal do Brasil, mediante a publicação de Ato Declaratório Executivo – ADE, no Diário Oficial da União – DOU. O enquadramento será feito pela Receita, a partir da análise das informações fornecidas pela empresa. (MACCARI, 2013c, p. 36)

O enquadramento inicial do produto ocorre segundo a capacidade do recipiente em que o produto será comercializado, os preços normais de venda e o tipo do produto. O decreto 7.212, de 15 de junho de 2010²⁵, em seu artigo 209, estabelece que:

Os produtos das Posições 22.04, 22.05, 22.06 e 22.08 da TIPI estão sujeitos ao imposto, por Classes, conforme estabelecido na NC (22-3) da TIPI e de acordo com a tabela a seguir (Lei nº 7.798, de 1989, arts. 1º e 3º):

Tabela 3. Classe por capacidade do recipiente

CÓDIGO NCM	DESCRIÇÃO	CLASSE POR CAPACIDADE DO RECIPIENTE (ML)			
		Até 180	De 181 a 375	De 376 a 670	De 671 a 1000
2208.40.00	Rum e outras aguardentes de cana				
	1. Rum e outras aguardentes obtidas do melaço da cana	B a I	F a M	I a P	L a R
	2. Aguardentes de cana, comercializadas em recipiente retornável	A a G	B a K	C a N	F a Q
	3. Aguardentes de cana, comercializadas em recipiente não retornável	B a G	C a K	D a N	H a Q

Fonte: Decreto 7.212, de 15 de junho de 2010.

²⁴ Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br/aliquotas/downloadarqtipi.htm>.

²⁵ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2010/decreto/d7212.htm. Acesso: 12/05/2015.

No estudo feito por Araújo et. al (2010) com 20 cachaças fabricadas na região de Salinas, MG, em recipientes não retornáveis com capacidade para 600 ml e valores variáveis entre R\$ 5,35 e R\$ 100,00, constatou-se que a maioria delas possui preço de venda entre R\$ 5,35 e R\$ 10,00, de forma que se enquadram na classe M, a qual possui valor incidente de IPI de R\$ 1,31, o que faz com que este imposto represente quase 25% do preço da venda. Por outro lado, considerando aquelas cachaças com valor acima de R\$ 50,00, 15% das cachaças analisadas são enquadradas na classe N, sendo o IPI R\$ 1,64 por garrafa. A conclusão dos autores é de que o IPI incidente sobre os produtos com valores entre R\$ 5,35 e R\$ 10,00, os quais representam 85% das cachaças analisadas na região de Salinas, é bastante desproporcional, quando o critério de comparação é o preço, já que aquela minoria paga um valor mínimo de imposto por garrafa quando temos em vista o valor de venda do produto. Dessa forma, o critério de enquadramento de produtos nas classes de alíquotas conforme a capacidade de recipiente e o preço do produto acaba sendo prejudicial aos produtores que comercializam o produto a preço menos elevado. A principal constatação deste estudo é de que a variação do IPI tem muito mais relação com a capacidade do recipiente do que com o preço no momento do enquadramento nas classes.

Levando-se em conta as conclusões desses autores e a pesquisa de campo, no que se refere ao IPI, foi possível observar que todos os produtores com quem tive contato estariam na mesma situação daqueles enquadrados na classe M ou N, pois o valor médio dos produtos e o tamanho dos recipientes são os mesmos daqueles, R\$ 10,00 e 600 ml a 700 ml.

Em notícia do jornal Estado de Minas (EM), de 12 de dezembro de 2011, Pedro Rocha Franco fala sobre o fato de os produtores na época estarem diminuindo os recipientes de cachaça de 700 para 670 ml, pois o valor do IPI reduziria de R\$ 1,95 para R\$ 1,64, o que para aqueles que possuem produtos com valores de venda em média de R\$ 10,00 acabaria sendo uma grande vantagem. Uma crítica feita pelos produtores artesanais é também a de que os produtos industriais se enquadram geralmente como aguardente adocicada²⁶, e por isso pagam

²⁶ Segundo decreto nº 6.871, de 4 de junho de 2009: “A aguardente que contiver açúcares em quantidade superior a seis gramas por litro e inferior a trinta gramas por litro será denominada de aguardente adoçada”. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Ato2007-2010/2009/Decreto/D6871.htm. Acesso: 12/05/2015.

uma alíquota bem menor, sendo a média de R\$ 0,15, valor 20 vezes menor do que o pago pelos produtores de cachaça artesanal ou de alambique²⁷.

A não ser um dos produtores entrevistados, todos procuram vender o produto a granel e em pequena quantidade no próprio local de produção para consumidores que se encaminham até o local e também em grande quantidade, para outros produtores que possuem registro e que fazem o engarrafamento da bebida para venda em atacado. Comercializando cachaça nos próprios locais da produção, os produtores podem ficar livres de recolher alguns impostos, pois comercializam o produto sem nota fiscal. Quase todos os produtores declararam lançar notas no final do mês, porém, como elas quase nunca são solicitadas pelos consumidores, a forma e a quantidade em que são lançadas fica a critério do produtor.

Por fim, cabe elucidar sobre o ICMS — Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação. O cálculo desse imposto é um dos que mais incide sobre o valor da cachaça e o faturamento dos produtores.

O ICMS é um imposto de competência dos estados da federação. Sendo assim, existem 27 legislações diferentes, uma para cada estado. No estado de São Paulo, a lei que dispõe sobre a instituição do ICMS é a Lei nº 6.374, de 1º de março de 1989²⁸. Assim como para o recolhimento do IPI é necessário registro na Receita Federal, para o recolhimento do ICMS é necessário o registro na Receita Estadual do estado em que se produz e com isso a Inscrição Estadual da empresa.

Segundo Maccari (2013c), o ICMS integra sua própria base de cálculo. A alíquota para bebidas alcoólicas no estado de São Paulo é de 25%, conforme rege a Lei nº 6.374/1989:

§ 1º – Nas operações ou prestações adiante indicadas, ainda que se tenham iniciado no exterior, são as seguintes as alíquotas:

1 – 25% (vinte e cinco por cento), em se tratando de operações com mercadorias ou bens arrolados no § 5º;

[...]

§ 5º – A alíquota prevista no item 1 do § 1º aplica-se, segundo a Nomenclatura Brasileira de Mercadorias, às operações com as seguintes mercadorias ou bens:

²⁷

Notícia

disponível

em:

http://www.em.com.br/app/noticia/economia/2011/12/12/internas_economia,266817/produtores-de-cachaca-reduzem-garrafas-em-30-ml-para-fugir-de-ipi-ate-55-maior.shtml. Acesso: 12/05/2015.

²⁸ Disponível em: <http://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei/1989/lei-6374-01.03.1989.html>. Acesso: 22/05/2015.

1 – bebidas alcóolicas classificadas nas posições 22.04, 22.05 e 22.08, exceto os códigos 22.08.40.0200 e 22.08.40.0300;
[...]

Assim, se o custo de um determinado produto, incluindo sua margem de lucro, foi de R\$ 10,00, toma-se esse como sendo o valor final do produto, considerando que ele corresponde a 100%, o qual já inclui os 25% da alíquota do ICMS. É preciso então reduzir esse valor de 25%, e o que sobra é 75%. Deste modo, o valor do custo, incluindo a margem de lucro, corresponde a 75% do valor final. O valor do custo que é de R\$ 10,00 por garrafa corresponde a 75% do valor final. A base de cálculo para aplicar o imposto é obtida da divisão de R\$ 10,00 por 75%, o que resulta em R\$ 13,33, sendo esse o valor final do produto, correspondente a 100%. Subtraindo R\$ 13,33 de R\$ 10,00, ou aplicando a alíquota de 25% sobre o valor final (R\$ 13,33), chegamos ao resultado do valor do imposto de R\$ 3,33 e valor da venda de R\$ 13,33. É importante dizer que o valor pago em imposto para cada garrafa seja necessariamente esse, pois assim como no caso do PIS e COFINS citados aqui, ao comprar insumos a empresa já paga tributos e o ICMS pago na aquisição destes entra como crédito, o que pode reduzir ou até mesmo anular o pagamento do ICMS quando os créditos superam os débitos da empresa (MACCARI, 2013c).

Além desse alto valor já pago pelo ICMS, soma-se a ele o regime de Substituição Tributária (ST). Esta

[...] consiste em atribuir ao seu fabricante à responsabilidade pela apuração e pelo pagamento do valor do ICMS incidente nas subsequentes operações, até sua saída destinada a consumidor ou usuário final (art. 6º, parágrafo 1º, da Lei Complementar nº 87/96²⁹)

Em tese, o estabelecimento industrial que vende a cachaça recolhe o imposto devido por ele, pelo distribuidor e pelo varejista, o que encarece ainda mais os impostos pagos pelo produtor.

Como podemos observar, além de vários e altos os impostos pagos pelos produtores de cachaça artesanal, calculá-los para ter ciência de quanto está pagando é bastante complexo, algo que muitas vezes exigiria os serviços de um contador, aumentando ainda mais o custo da produção, já que todos os serviços prestados a uma empresa ou indústria acabam sendo somados ao preço do produto final.

²⁹ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp87.htm#art36. Acesso: 12/05/2015.

Segundo o website do SEBRAE, em página dedicada ao registro de estabelecimentos produtores de aguardente³⁰,

Uma das principais queixas dos produtores é a carga tributária que passa a incidir a partir da legalização e do registro das marcas. Calcula-se que, descontados impostos e taxas, o produtor fica com não mais de R\$ 1,50 de cada R\$ 10,00 comercializados. (SEBRAE, s.d.)

Isto sugere que os valores dos tributos são bastante altos e, para que o produtor tenha um lucro satisfatório, é necessário que o produto possua um preço também alto, mas isso não significa que ele será comprado pelos consumidores.

Segundo um levantamento do Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário (IBPT), feito a pedido do site G1³¹, que “lista os produtos mais tributados no país e o peso de cada um dos impostos, taxas e contribuições”, a “cachaça lidera a lista dos campeões de impostos, com um percentual de 81,87%”. A explicação para os produtos mais taxados do Brasil é que são produtos considerados desnecessários para a maioria da população, por serem supérfluos ou prejudiciais, como é o caso da cachaça (G1, 2014). Para o IBPT, “por se tratar de uma atribuição e responsabilidade do governo federal, a alíquota de IPI pode ser alterada de um dia para outro mediante decreto, sem necessidade de aprovação do Congresso Federal” — e é este o imposto que representa a maior taxa sobre o produto final, chegando às vezes a 40% de alguns produtos e cachaças.

Ao que parece, a tributação da cachaça artesanal ou de alambique precisa ser revista, pois através dela o governo acaba dando um verdadeiro incentivo para que os produtores permaneçam na informalidade. Como disse um produtor em um encontro do Centro de Pesquisa e Desenvolvimento da Qualidade da Cachaça, “informalidade é sobrevivência”. E, nesse caso, o produtor fez referência justamente às dificuldades econômicas ocasionadas pela tributação.

Uma possível solução para os pequenos e médios produtores seria o ingresso deles para o regime do **Simples Nacional**. O IBRAC, em conjunto com as principais entidades estaduais de pequenos produtores (AMPAQ-MG, APAR-PE, APPCA- -SP, APACERJ-RJ, APRODECANA-RS, SINDBEBIDAS-MG) fez uma mobilização junto aos deputados de

³⁰ Disponível em: <http://www.sebrae-sc.com.br/Leis/default.asp?vcDtexto=4141&%5E%5E>. Acesso: 06/05/2015

³¹ Link: <http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/2014/03/cachaca-perfume-e-video-game-estao-entre-campeoes-de-impostos-veja-lista.html>. Acesso em: 12/05/2015.

vários Estados em meados de junho de 2014 durante a votação do Simples na Câmara dos Deputados. Entretanto, o relator retirou do seu parecer a possibilidade de retorno da Cachaça ao Simples, além de rejeitar 99% de todas as emendas apresentadas em plenário³².

Algumas mudanças vieram a ocorrer no legislativo, no segundo semestre de 2015. Em 31 de agosto, o Diário Oficial da União publicou a Medida Provisória nº 690/15, que, dentre outras providências, dispunha sobre a incidência do IPI sobre as bebidas quentes, inclusive a cachaça.

De acordo com a nova regra, as bebidas classificadas nas posições 22.04, 22.05, 22.06 e 22.08, exceto o código 2208.90.00 Ex. 01, da Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados (TIPI), ficam excluídas do regime tributário do IPI previsto nos artigos. 1º a 4º da Lei nº 7.798, de 10 de julho de 1989.³³

Com essa Medida Provisória, a partir do dia 1º de dezembro de 2015, acabaria a tabela de classes de IPI para a cachaça, sendo adotada uma alíquota única de 25% de IPI. Isso, evidentemente ainda seria um problema para os pequenos produtores de cachaça, tendo em vista que a alíquota estabelecida ainda era bastante elevada. Porém, conforme divulgado na página do Instituto Brasileiro da Cachaça (IBRAC) no *Facebook*, em 16 de dezembro, foi aprovado na Câmara dos Deputados e no Senado, entre os dias 15 e 16 do mesmo mês, o texto da MPV 690/2015, que estabelece uma alíquota máxima de IPI para Cachaça de 17% (em vez dos 25%), uma vitória que o Instituto se dedicou a conquistar nos últimos quatro meses³⁴.

Em 1º de setembro de 2015, outra conquista foi obtida no legislativo. Uma Comissão Especial que analisa mudanças no **Simples Nacional** ou **Supersimples** aprovou, por unanimidade (417 votos a 2), o relatório do deputado João Arruda (PMDB-PR) com as novas regras para enquadramento nesse regime de tributação. O substitutivo ao Projeto de Lei Complementar 25/2007 aumenta os valores para enquadramento nesse regime tributário, o que fará com que a grande maioria das empresas brasileiras (mais de 90%) possa optar pelo novo regime. Ademais,

O texto aprovado na comissão prevê a possibilidade de inclusão dos fabricantes artesanais de cervejas especiais e pequenos produtores de cachaças, licores e vinhos no regime do Supersimples.

³² Revista cachaça com notícias, nº 35, 2014

³³ Revista cachaça com notícias, nº 42, 2015

³⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/IBRAC-Instituto-Brasileiro-da-Cacha%C3%A7a-276239292519706/?ref=ts&fref=ts>.

Segundo o relator, o objetivo é propiciar às empresas do setor de bebidas artesanais, que geram quantidade expressiva de emprego e renda, regra de tributação condizente com seu porte.³⁵

O texto aprovado modifica, portanto, o Estatuto da Micro e Pequena Empresa (Lei Complementar 123/06) que fora enviado para votação no Senado, e em 8 de dezembro de 2015 foi aprovado pela Comissão de Assuntos Econômicos (CAE). O projeto retornará à Câmara dos Deputados para análise das emendas do Senado, mas, ao que tudo indica, há acordo para a votação da matéria pela Casa revisora ainda neste ano, segundo notícia publicado no *website* do Senado em 8 de dezembro³⁶. De qualquer modo, essa votação ficaria para o primeiro trimestre de 2016.

Essas mudanças, portanto, apontam uma possibilidade para os produtores saírem da informalidade. A retirada de empresas produtoras de bebidas alcólicas, quando da mudança de Simples para Simples Nacional, explica o porquê de dois dos produtores terem retirado os registros a partir de 2007, sendo que um deles me informou em uma visita recente que estava inserido no **Simples**, mas quando este mudou para **Simples Nacional** teve que parar de recolher os tributos. Tendo isso em vista, é possível que ocorra um incentivo aos produtores em buscar a regulamentação, já que ocorrerá uma facilitação dos processos e uma diminuição significativa nos tributos recolhidos.

O objetivo agora é demonstrar que a informalidade não é somente resultado das complexidades burocráticas dos processos de legalização e dos altos tributos, mas que existem questões morais e culturais próprias das tradições dos produtores — estas ressignificadas pelo próprio *habitus*, já que os mesmo visam a obtenção de capital econômico, principalmente — e que suas trajetórias de vida são determinantes no modo em que estes concebem a informalidade. Além disso, a própria estrutura do mercado de cachaça, entendido como campo de disputas, é marcada por forças contrárias à regulamentação da maioria dos produtores. Porém, antes de entrar nessa explanação, é preciso fazer uma discussão definindo o significado do conceito de economia informal e a noção informalidade para este trabalho.

³⁵ Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/ECONOMIA/491475-COMISSAO-ESPECIAL-APROVA-AUMENTO-DO-TETO-PARA-ENQUADRAMENTO-NO-SUPERSIMPLES.html>. Em: 20/12/2015

³⁶ Disponível em <http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2015/12/08/aprovados-pela-cae-novos-limites-do-simples-nacional-vao-ao-plenario>. Em: 20/12/2015

5 A INFORMALIDADE NA PRODUÇÃO DE CACHAÇA ARTESANAL

5.1 A informalidade e a teoria

Dado o desafio de compreender os motivos que levam ao alto percentual de informalidade na produção de cachaça artesanal ou de alambique, fez-se necessária uma compreensão da forma que as teorias concebem o conceito de setor informal e economia informal. É importante ressaltar que parte dos trabalhos produzidos no país se dedicou a estudar questões relacionadas ao trabalho informal, porém estudos como tema central pequenos produtores ou pequenas empresas rurais que se encontram na informalidade são um pouco escassos.

A partir disso, com o apoio de conceitos de Pierre Bourdieu, busquei desenvolver uma metodologia que permitisse compreender o que significa a informalidade dos produtores de cachaça estudados. Os pequenos produtores de cachaça apresentam uma miríade de características que já foram apontadas na seção 2. Eles possuem também grandes diferenças e similaridades na forma de racionalizarem e expressarem o que pensam sobre a produção. Além disso, observou-se que cada caso é específico, e possui sua própria história. Porém, os processos de informalidade para produtores de cachaça artesanal ou de alambique são similares se considerados de forma distanciada, como geralmente é feito pelo Estado e os demais órgãos interessados. Mas, através de um olhar aproximado, tornou-se possível demonstrar especificidades únicas a cada produtor, algo que está diretamente relacionado às suas trajetórias, ao círculo de relações e de trocas simbólicas e materiais em que eles estão inseridos, sobretudo o tempo e o lugar em que se encontram dentro do próprio mercado. São questões essas que determinam os interesses e as práticas e disposições dos produtores, geradas por um *habitus* específico.

Nas ciências sociais, a questão da informalidade como tema de estudo começou a aparecer na década de 1970. O estudo pioneiro foi o do antropólogo britânico Keith Hart (1973 apud CHEN, 2012; CUNHA, 2006; PORTES; HALLER, 2004), quando cunhou o conceito de “economia informal”, “para qualificar os rendimentos instáveis provenientes de atividades econômicas fora do alcance regulamentar do Estado” (CUNHA, 2006, p. 220) na capital de Gana, as quais eram exercidas pelos emigrados do norte do país que chegavam à cidade e não encontravam trabalho (CHEN, 2012, p. 2). Segundo Chen (2012), Hart manteve uma atitude positiva acerca do setor informal, pois ele concluiu que, apesar de enfrentar restrição interna e dominação capitalista, a maioria dos migrantes dedicava-se a atividades

informais e tinham uma capacidade autônoma de gerar rendas. Por sua vez, o conceito de “informalidade” aplicava-se as atividades realizadas em “trabalhos por conta própria”. Hart destacava a notável dinâmica e a diversidade dessas atividades. (PORTES; HALLER, 2004).

Segundo Portes e Haller (2004), a caracterização dinâmica das atividades “informais” foi sendo esquecida conforme o conceito foi sendo institucionalizado na burocratização da Organização Internacional do Trabalho (OIT) — local onde Hart apresentou suas considerações no ano de 1973, numa conferência intitulada *Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana* —, que redefiniu o conceito de informalidade e o converteu em sinônimo de pobreza. Porém, essa noção negativa da informalidade viria a ser criticada nos anos 1990 por estudiosos do tema, os quais tinham uma opinião totalmente contrária. Hart continuaria afirmando que havia um dinamismo empresarial popular nas atividades informais e que eram “como una instancia em que *“la gente retoma em sus propias manos parte del poder económico que trataron de negarle los agentes centralizados”* (HART apud PORTES; HALLER, 2004, p. 10).

Esse dinamismo empresarial ficou bastante explícito nos produtores que estudei. Todos possuem um projeto de sucesso nas atividades exercidas, inclusive os informais, que é maioria. Isso pode estar relacionado a um *ethos* empreendedor que os produtores possuem. Mesmo que alguns dos produtores prefiram permanecer escondidos e limitarem a produção a uma quantidade reduzida, em comparação aos outros produtores que produzem muito mais anualmente, como já foi apontado nas entrevistas, ficou clara a pretensão de se aumentar as vendas e o lucro, assim como em permanecer no negócio. Esse *ethos* é reconhecido nas inovações que os produtores buscam realizar no negócio, por exemplo, quando criam novos produtos — em especial as cachaças de sabores —, na modificação do *design* dos rótulos que se alteram com o passar dos anos ou mesmo quando na propaganda que fazem do que vendem no momento em que os clientes degustam a cachaça. Essa questão também está relacionada à própria forma como se organizam as unidades produtivas familiares e que já foram discutidas na segunda seção desta dissertação.

O conceito de economia informal seria redefinido por Hernando De Soto, economista político, autor do livro *El Otro Sendero* (1989), para quem seria a informalidade como uma resposta popular a rigidez dos Estados que ele chama de “mercantilistas” e que outorgavam a apenas uma pequena elite econômica o privilégio de participar legalmente. Essa questão excludente por parte do Estado também é observada neste trabalho e, de fato, são poucos os

produtores de cachaça artesanais que participam desse mercado “legal” da cachaça — dos 11.124 produtores, segundo o levantamento feito pelo Censo Agropecuário do IBGE em 2006, apenas 1.483 estavam registrados no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, em outubro de 2013.

Porém, essa participação está mais relacionada aos capitais que os produtores possuem e que auxiliam na entrada e permanência neste mercado entendido como um campo de disputas, o qual é estruturado pelos próprios agentes neles inseridos. Além disso, é na relação entre os agentes, as empresas produtivas de cachaça, que são criadas as relações de força que caracterizam esses espaços. É inegável que a participação das grandes destilarias, que produzem a cachaça industrial, é a mais marcante, o que faz com que os efeitos que exercem na direção do mercado sejam maiores, isso devido ao tamanho do seu capital, controlando, assim, a maior parte do mercado (ou campo) e exercem maiores relações e trocas com o exterior, sendo as mais importantes aquelas estabelecidas com o próprio Estado. Assim, a competição que se dá pelo poder sobre o poder do Estado é precisamente a competição sobre o próprio poder de regulamentação (BOURDIEU, 2001b). Isso ficará mais claro daqui em diante.

Para Wilkinson e Mior (1999), são várias as definições do setor informal no meio acadêmico e elas são tanto positivas como negativas.

Ele pode ser identificado com a pobreza e / ou a sonegação, enquanto, noutro, vários autores vêem o setor informal como uma reação criativa à burocracia estatal e à inadequação na provisão de serviços tanto públicos como privados. (WILKINSON; MIOR, 1999, p. 32)

De acordo com os autores, o setor informal distingue-se do ilegal, pois seus produtos não são proibidos, como no caso das drogas. Entretanto, trata-se de atividades cujos processos de regulação não estão de acordo com a legislação vigente. Essas questões vão desde relações de trabalho sem registro em carteira e acordos somente “de boca” até a não adequação das instalações conforme as normas exigidas para determinado setor produtivo, como ocorre com os produtores de cachaça estudados.

Para Wilkinson e Mior (1999), “o setor informal, portanto, é definido fundamentalmente a partir das normas reguladoras do Estado” (p. 32). Com isso, os autores procuram demonstrar que a informalidade surge como algo novo para os produtores a partir do momento em que o Estado cria as leis que regulamentam a produção e a comercialização

dos produtos. No caso da cachaça, a legislação que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas, data do ano de 1994. Porém, a maior pressão para a regulamentação dos alambiques vem se fazendo nos últimos quinze anos, por conta também de políticas que visam lançar a cachaça artesanal de qualidade como produto de grande potencial de mercado no estrangeiro.

Ao mesmo tempo em que existe um esforço por parte do Estado em inserir os produtores artesanais informais dentro do mercado, a participação nesse mercado exige a regulamentação das atividades. A partir do momento em que o Estado passa a atuar e a ordenar os processos produtivos de determinado setor, através de legislação específica e direcionada, ele passa a exercer também um poder criador ao enunciar, com autoridade, como coloca Bourdieu (2008, p. 114), que um ser ou uma coisa ou uma pessoa existe em verdade em sua definição social legítima, isto é, o que está autorizado a ser, que tem o direito de ser e requerer ser, reivindicar, exercer.

Dessa forma, o Estado, ao mobilizar um capital simbólico acumulado em toda uma rede de relações de reconhecimento, constitutivas de um universo burocrático (BOURDIEU, 2008, p. 113), exercerá o papel daquele que nomeia e dá o reconhecimento, um poder classificatório e hierarquizante. O Estado contribui de maneira determinante para a produção e a reprodução dos instrumentos de construção da realidade social. Ele impõe e inculca todos os princípios de classificação fundamental e hierárquica e é o fundamento da eficácia simbólica de todos os ritos institucionais (p. 116).

Através do enquadramento que impõe às práticas, o Estado instaura e inculca formas e categorias de percepção e de pensamentos comuns, quadros sociais da percepção, da compreensão e da memória, estruturas mentais, formas estatais de classificação. E cria, assim, as condições de uma espécie de orquestração imediata de *habitus* que é, ela própria, o fundamento de uma espécie de consenso sobre esse conjunto de evidências compartilhadas, constitutivas do senso comum. (BOURDIEU, 2008, p. 116)

É isso que torna as ações do Estado legítimas e institucionais e que faz com que o campo do poder tenha o poder do Estado, ou capital estatal, o qual permite o Estado exercer poder sobre os diversos espaços sociais e campos e sobre os diferentes tipos específicos de capital (p. 99-100). Isso também faz com que todos reconheçam que os impostos possuem legitimidade e são tributos necessários às necessidades do Estado.

De qualquer modo, a fraude fiscal demonstra que essa legitimidade não é de fato dada. Para Bourdieu (2008, p. 104), o consentimento sobre os impostos é maior, quando estes

parecem mais motivados pelos interesses do país. O que pode ocorrer, é que durante um período de crise política resultante de grandes escândalos de corrupção, como o que o país vem passando, por exemplo, a confiança em que os impostos cobrados serão de fato destinados ao benefício do país não exista. Essa falta de confiança nos destinos dados aos tributos cobrados é comumente relatada pelos produtores.

Assim, por mais que o mundo social esteja semeado de chamados à ordem, “estes só funcionam como tais para aqueles que estão dispostos a percebê-los, e que reanimam disposições corporais profundamente enraizadas, que não passa pelas vias de consciência e de cálculo” (BOURDIEU, 2008, p. 117). Os produtores de cachaça informais com os quais trabalhei não possuem disposições para responder a esses chamados. Talvez isso também ocorra, pois o reconhecimento dado pelo Estado sobre o produto e o produtor, uma garantia, portanto, que é legitimada pela regulamentação e certificação (quando da existência desta), não é o único motivo que determina se uma cachaça é boa ou ruim. O que existe também é o conhecimento sobre determinado produto que podemos definir como popular e que é dado em determinada região ou localidade, entre os consumidores daquele produtor em questão. Dessa forma, ao afirmar que o espaço social ao qual o produtor de cachaça informal pertence, ou pertencia, ainda não havia sido invadido por essa ordenação normativa e legitimadora entendo que as garantias de reconhecimento do produto eram originárias, e ainda são, do conhecimento pessoal dos consumidores.

E, mesmo que a produção de cachaça no país seja algo de séculos, as legislações específicas para o produto somente passaram a existir nas últimas décadas³⁷. Os detalhes e as determinações presentes nelas nem sempre foram de conhecimento dos produtores quando eles começaram a produzir. Isso está relacionado, também, à quantidade de capital cultural que os produtores possuíam em determinado momento. Por outro lado, somente depois de estarem produzindo e comercializando é que os produtores de cachaça se importam em buscar a regulamentação das atividades.

Dos oito produtores com quem trabalhei na pesquisa, cinco deles começaram a produzir antes ou muito antes da promulgação da legislação específica para a cachaça. Outro fato é que somente três dos que começaram a produzir antes de 1994 estão regulamentados,

³⁷ A Lei nº 8.918 (BRASIL, 1994), que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas, teve seu texto redigido em 14 de julho de 1994, e foi a primeira delas a tratar da cachaça e da aguardente com exclusividade

enquanto os únicos três que começaram a produzir depois estão na informalidade. Assim, se a Lei nº 8.918 passou a determinar as exigências mínimas para se legalizar os estabelecimentos e os produtos, não é possível afirmar que é ela quem ressignifica a informalidade ou que ela é advento da Lei. Porém, estando redigidas nela tantas reivindicações para a formalização da produção e dos produtos, as dificuldades burocráticas enfrentadas pelos produtores somente aumentaram após a sua promulgação, o que provavelmente resultou até mesmo na atualização das práticas informais, que necessitaram se adaptar às novas situações impostas pela legislação cambiante ao longo dos últimos 20 anos.

Antes de 1994, a cachaça não tinha uma legislação exclusiva. Isso sugere que muitos produtores se surpreenderam com as novas exigências legais e explica também o porquê de tanta relutância. Além de não possuírem ou não terem adquirido os capitais suficientes para a regulamentação, ou terem se negado a investi-los para a mesma, quando da existência desses, as práticas e as disposições dos produtores não estão acordadas com a atual conjuntura normativa, e isso se expressa principalmente na forma como o produto é comercializado: à granel e no próprio local da produção.

Os produtores, provenientes de um espaço social “informal” por si mesmo — já que a normatização das atividades mesmo que existente, não era direcionada a eles especificamente —, estão agora inseridos dentro de uma estrutura muito maior que a localidade ou o espaço social em que estavam — a localidade rural, propriamente. Esse espaço social é representado pelo mercado nacional de cachaça, que concentra tanto setor artesanal quanto o industrial, podendo ser considerados subcampos que possuem suas próprias particularidades. Este espaço, além de vinculado ao campo econômico, está também vinculado ao campo do poder e é regulado pela burocracia nele existente. Dessa maneira, a atual conjuntura exige desses produtores investimentos e determinadas práticas para que a participação nesse mercado seja legítima. Isso ocorre pois a força ligada a um agente (ou empresa) depende do volume e da estrutura do capital que ele possui, sob as suas diferentes espécies:

[...] capital financeiro, real ou potencial, capital cultural, que pode ser especificado como capital tecnológico, capital jurídico e capital organizacional (entre o qual o capital de informação sobre o campo), capital comercial, capital social e capital simbólico. (BOURDIEU, 2001b, p. 238-239)

Assim, a movimentação de todos esses tipos de capitais determinará a efetividade das ações dos agentes presentes no mercado da cachaça. E, não é só pela quantidade produzida —

1 bilhão de litros contra 300 mil da cachaça artesanal — e comercializada anualmente que a cachaça industrial representa o setor dominante do mercado, mas também pela própria participação superior no mercado exterior e, principalmente, pelo fato da legislação não afetar do mesmo modo a produção e o comércio como afeta os produtores artesanais. É justamente pelo domínio de uma parte importante dos capitais que as empresas dominantes exercem poder sobre o campo, logo sobre as empresas que são menos dotadas de capital, as artesanais informais e regulamentadas. Além disso, é o setor industrial que comanda o direito de entrada no campo e a distribuição das hipóteses de lucro.

É por isso que Bourdieu (2001b, p. 240) afirma que quanto pior colocado um agente estiver na distribuição desigual dos capitais em disputa, mais restrito estará o seu espaço de possibilidades. Ou seja, é a própria condição do mercado, altamente influenciado pelos setores industriais que inclusive utilizam o seu capital social para exercer pressões sobre o Estado e conseguir que ele modifique o jogo a seu favor, mudando as regras desse jogo, aqui entendidas como sendo a própria legislação, que fazem com que os produtores informais não consigam encontrar acesso aos direitos e participação dentro do mercado.

Porém, é inegável que a informalidade, representada por mais de 85% dos produtores do país, faça parte desta estrutura. Assim, as práticas exigidas para uma maior participação, ao invés de modificar o *habitus* desses produtores de modo que eles passem a concordar com as regras estabelecidas, fazem com que o *habitus* dos produtores se atualize e que continuem exercendo suas atividades ainda na informalidade.

É importante reiterar que os interesses dos produtores é principalmente o de adquirir mais capitais econômicos, mesmo que o capital simbólico seja também um interesse presente na força adquirida pelas marcas ao longo dos tempos. Dessa forma, a informalidade também possui objetivos concretos.

5.2 Os objetivos da informalidade

Sendo as atividades informais sempre definidas como aquelas que se realizam fora do âmbito de regulação do Estado, seus objetivos principais podem ser,

[...] en primer lugar, la supervivencia de una persona o de un hogar a través de la producción directa con fines de subsistencia o de la mera venta de bienes y servicios en el mercado. En segundo lugar, pueden estar orientadas a mejorar la flexibilidad de la gestión y reducir los costos laborales de las

empresas del sector formal a través de la contratación "fuera de plantilla" y la subcontratación de empresarios informales. En tercer lugar, pueden estar organizadas por pequeñas empresas con el objeto de acumular capital, aprovechando las relaciones de solidaridad que puedan existir entre ellas, la mayor flexibilidad y los menores costos. Estos tres tipos se denominan, respectivamente, economías informales de supervivencia, explotación dependiente y crecimiento (PORTES; CASTELLS; BENTON, 1989 apud PORTES; HALLER, 2004, p. 12-13).

É possível enquadrar todos os três objetivos nos produtores de cachaça estudados, a partir das justificativas dadas por eles próprios. Em primeiro lugar, alguns produtores reconhecem a informalidade como uma forma de sobrevivência e praticam também a mera venda de produtos em um mercado limitado que se concentra dentro das localidades dos alambiques, sendo conhecidos por um pequeno público consumidor que reside nos municípios vizinhos.

Segundo Geraldo Silva (2002), a questão da informalidade no Brasil é de longa data e a ela “se misturam efeitos perversos derivados da constituição da ordem formal, desde a colonização até o período independente, como o tipo de industrialização ‘truncada’, ‘forçada’ ou ‘constrangedora’” (SILVA, 2002, p. 265). A partir disso, a economia informal tornou-se um mecanismo de sobrevivência para o grande contingente populacional que não teve acesso a setores formais, fosse de modo transitório ou permanente. Dessa forma, o desenvolvimento do setor informal está associado a um processo defensivo das populações excluídas do sistema formal, consequência tanto das limitações estruturais da industrialização quanto da mais recente precarização das relações de trabalho (SILVA, 2002).

Assim, a primeira hipótese levantada no projeto da pesquisa concorda com essa afirmação de Geraldo Silva. Ela foi formulada após uma conversa com um produtor no *IX Encontro da Cadeia Produtiva da Cachaça*, realizada em setembro de 2014, no Centro de Pesquisa e Desenvolvimento da Qualidade da Cachaça da Faculdade de Ciências Farmacêuticas da UNESP de Araraquara, quando ao ser questionado sobre o que pensava da questão da informalidade, afirmou ser uma forma de sobrevivência. Assim, a afirmação de Silva de que a economia informal se tornara um “mecanismo de sobrevivência” para aqueles que ficaram à margem dos setores formais, somando-se a eles a maioria dos pequenos produtores rurais, sustentava naquele momento inicial da pesquisa a hipótese da informalidade ser também uma forma de resistência às imposições normativas do Estado que dificultam e encarecem o exercício das atividades produtivas. Além de que, não podendo concorrer com outras instâncias do mercado, o comércio “clandestino” do produto, que tem

sua efetividade garantida no gosto e na confiança dos consumidores como já fora destacado anteriormente, garante a reprodução do negócio mesmo na ilegalidade.

Além da sobrevivência da própria produção, observa-se também uma conservação dos próprios ambientes de socialização. Os alambiques são espaços de sociabilidade cada vez mais definidos por uma nova ruralidade em construção, a qual Carneiro (1998) definiu “como um processo dinâmico de constante reestruturação dos elementos da cultura local com base na incorporação de novos valores, hábitos e técnicas” (p. 61). A sociedade urbano-industrial, por um lado, passa a consumir bens simbólicos e materiais, assim como as práticas que são reconhecidas como sendo próprias do mundo rural, algo que a própria cachaça produzida de modo artesanal engloba como um todo e, por outro, ocorre a “reapropriação de elementos da cultura local”. Isso é o que contribui para alimentar a sociabilidade nos alambiques e, também, para reforçar os vínculos do produtor com a própria localidade, sendo esse um universo de relações sociais específico, que somente possui sentido quando há relações de alteridade com os “de fora” (CARNEIRO, 1998, p. 61), as quais se realizam através do comércio de cachaça com aqueles consumidores que fazem questão de buscar o produto no próprio alambique.

Muito além de comprar, os consumidores buscam conhecer, experimentar sabores, aromas e sentidos, algo que somente pode ocorrer efetivamente dentro dos próprios alambiques, já que é lá que terão contato físico e direto com os barris de madeiras usados para o envelhecimento da cachaça, com seus aromas e cheiros, e neles poderão beber cachaça “direto da fonte”, como é comum se dizer. É nos alambiques também que os consumidores estarão convivendo com o meio ambiente e os espaços rurais diretamente. Dessa forma, a locomoção das cidades para a área rural, onde se encontram os alambiques, não se dá simplesmente com o objetivo de comprar um produto que poderia ser adquirido nos próprios municípios, já que a maioria dos produtores vende o produto também em alguns bares ou pequenos estabelecimentos das cidades, mas, também está relacionada a um atrativo muito maior, como o passeio, a convivência com outro ambiente e com pessoas que possuem outras práticas cotidianas, assim como com outros indivíduos que possuem interesses em comum, consumir uma cachaça de qualidade no local em que ela é produzida e conversar sobre cachaça, sentir o cheiro frutado da fermentação e da cana-de-açúcar recém-destilada e das diferentes madeiras utilizadas no envelhecimento da bebida.

Em segundo lugar, os produtores, mesmo estando legalizados, ainda assim procuram contratar mão de obra informal através de acordos ou contratos temporários, sendo muitas vezes esses acordos somente “de boca”, com o objetivo de diminuir os encargos e impostos determinados pela legislação trabalhista. Essa característica é bastante presente entre todos os produtores entrevistados e destaca-se principalmente na contratação de trabalhadores temporários para o corte da cana durante o período da safra.

Por fim, o objetivo das pequenas e médias empresas produtoras de cachaça pode ser simplesmente uma maior acumulação de capitais econômicos, tendo em vista que o pagamento de todos os tributos reduz bastante o lucro final dos produtores e como para qualquer outro agente inserido numa economia de mercado, o lucro é sempre o objetivo final do trabalho.

Assim, se alguns dos produtores procuram manter-se na informalidade para minimizar os custos com impostos bastante expressivos e adquirir mais capitais econômicos e lucros, resta compreender porque outros buscam isso, ao contrário, na regulamentação das atividades.

O espaço social definido como o mercado de cachaça, dentro do qual se encontram produtores artesanais regulamentados e informais e também os produtores industriais, que comercializam cachaça, possui como interesse comum a todos o direito de produzir e comercializar a cachaça e o capital econômico adquirido com a venda desses produtos. Da perspectiva do Estado, o capital econômico adquirido só será legítimo depois de recolhidos os devidos tributos. Dessa forma, passando o interesse econômico pela necessidade de um reconhecimento legal por parte do Estado, a diferença entre os interesses dos produtores industriais e artesanais está relacionada propriamente ao *habitus* desses agentes e, no caso dos produtores artesanais regulamentados e os informais, são as práticas que acabam diferenciando os produtores, pois elas são explicadas na relação entre a estrutura que define as condições sociais de reprodução do *habitus* (que engendrou as práticas) com a atual conjuntura (condição do exercício do *habitus*), que também pode ser entendida como a posição social ocupada pelo agente no campo (BOURDIEU, 1983, p. 65).

Assim, *habitus* e prática determinarão a postura assumida pelos produtores informais em relação à adequação normativa, que é geralmente comum.

O conceito de *habitus* torna o agente social um individual coletivo ou um coletivo inviduado por obra da incorporação de estruturas objetivas. O individual, o subjetivo, é social, coletivo. O *habitus* é subjetividade

socializada, transcendental histórico cujos esquemas de percepção e de apreciação [...] são o produto da história coletiva e individual. (BOURDIEU, 2001b, p. 262)

Já que o espírito humano é algo socialmente estruturado, determinado e, por isso limitado, o agente econômico acaba sendo propenso a hábitos que fazem com que ele porte ou use de práticas similares. E essas práticas similares foram identificadas em todos os produtores pesquisados. A partir disso, essa subjetividade socializada do *habitus* é um elemento pertinente à compreensão do alto percentual de informalidade característico da produção de cachaça. Além do mais, os indivíduos transportam com eles em todo tempo e lugar, sob a forma de *habitus*, sua posição presente e passada na estrutura social (BOURDIEU, 1983, p. 75).

Assim, para compreender essas posturas assumidas pelos produtores em relação à adequação normativa, foi preciso observar as estratégias adotadas por eles ao longo da sua trajetórias, os capitais investidos ou não e os adquiridos. Para isso cabem alguns questionamentos: seria o *habitus* dos produtores investigados o mesmo de antes do ofício de produtor de cachaça e esse veio a se modificar com a regulamentação das atividades? Ou seria esse *habitus* já discordante de início e justamente por isso uns estão hoje regulamentados e outros na informalidade? Os motivos que levam os produtores a permanecer ou não na informalidade são fundamentalmente determinados pelo *habitus* ou *habitus* diferentes podem levar à posturas similares, ou o que define a diferenciação é a relação dialética entre *habitus* e situação, propriamente?

Com o objetivo de responder a essas questões, realizarei a seguir uma descrição pormenorizada dos dados obtidos na pesquisa empírica através de entrevistas, das conversas informais e da observação, de forma a apresentar a trajetória social e individual de cada produtor estudado.

5.3 A trajetória social dos produtores artesanais de cachaça

A pergunta escolhida para abrir o questionário que guiou a entrevista com os produtores foi como e quando cada um começou a produzir a cachaça. As respostas resumiram-se em um histórico relatado pelos produtores sobre suas atividades enquanto produtores. Seguida a essa questão, as questões utilizadas tiveram a intenção de compreender de quais maneiras o produtor se articulou dentro do negócio da cachaça até o momento atual.

A partir de uma junção das respostas e das conversas informais realizadas durante a pesquisa de campo, apresentarei a seguir a trajetória dos produtores na produção de cachaça para, na sequência, discutir de que modo a informalidade pode ser concebida para a pesquisa.

Primeiramente, cabe apontar que existem algumas similaridades entre alguns produtores em relação ao modo como eles se inseriram no negócio da cachaça, as quais refletem em algumas situações atuais também similares. Serão identificados nos produtores situações em que a produção foi transmitida por sucessão familiar. Alguns produtores aprenderam com familiares mais velhos que já produziam cachaça e quando não foi dada a continuidade da produção e a preservação da marca, o produtor usou os conhecimentos adquiridos para iniciar o próprio negócio. Isso está relacionado à produção familiar e ao saber fazer, já discutidos aqui, inclusive na sua importância simbólica.

Em outros produtores será observado que o início da produção foi decisão da família agricultora que já cultivava cana-de-açúcar e entre erros e acertos aprenderam o ofício por conta própria. Também serão destacados aqueles produtores que já produziam cana-de-açúcar em uma agricultura também familiar, mas que buscaram conhecimentos de especialistas na área ou que já possuíam experiência na área, como o caso de um produtor que trabalhou em uma usina a maior parte da vida.

5.3.1 Seu Felipe

Seu Felipe³⁸ começou a produzir cachaça já na infância, auxiliando o pai. O alambique ainda possui as características de quando o pai montou um moinho de fubá, tocado a água, que ele teve por muito tempo. Dentro do moinho havia um dínamo que produzia energia elétrica e foi naquele mesmo tempo, mais de cinquenta anos atrás, que o pai entrou no negócio da cachaça. O pai não queria modernizar, mas queria preservar o roldão d'água, porém, não foi possível devido ao custo de manutenção.

Seu Felipe então fez algumas modificações para dar continuidade à produção, preservou os clientes que o pai já possuía e a marca. Entretanto, mesmo sendo uma marca com mais de quarenta anos, observei nos registros do MAPA que ela não constava. Isso se

³⁸ Os nomes utilizados são fictícios.

explica, pois, segundo o produtor, nunca houve preocupação em renovar os registros, o que precisa ser feito a cada dez anos.

O produtor possui ensino superior incompleto em Administração de Empresas e, paralelo ao negócio da cachaça, possui uma pequena fábrica de confecção de roupas, e também produz cana-de-açúcar que fornece para a Usina.

Dentro do negócio da cachaça, em um alambique descontínuo, o produtor produz em torno de 60 a 80 mil litros anuais. A produção é geralmente destinada a mercados, mercearias, bares e padarias, localizados em municípios da região e também da capital. O produto geralmente é comercializado sem nota fiscal, pois, segundo Felipe, essa tem sido uma exigência dos próprios proprietários, os quais possuem também a intenção de diminuir os seus custos com impostos.

No que se refere à regulamentação e à tributação, o produtor mostrou-se receoso e não conversou sobre o assunto. Porém, durante a entrevista foi possível observar que as práticas relacionadas ao cumprimento das atividades produtivas e de comércio nunca foram realizadas além de um mínimo “permitido” pela frágil fiscalização. As condições materiais do próprio alambique demonstram isso, já que não estão nenhum pouco acordadas com os requisitos exibidos no **Quadro 2** da seção 4.

Tendo isso em vista, percebo que mesmo o produtor sendo residente no município desde a infância, existe nele um vínculo forte com o rural e suas práticas enquanto produtor de cachaça foi na maioria das vezes informais, sendo essas expressas de maneira material, na forma de contratação de mão se obra — sempre sem registro e temporária ou por diárias — e na forma de comercializar o produto — sem nota fiscal.

Assim, mesmo que esse produtor tenha adquirido capitais por conta do ensino superior e capital econômico — este último também originário de outras atividades — não houve interesse em regulamentar as atividades. Em primeiro lugar, isso se deve ao fato de que o negócio já possuía certa estrutura, tendo em vista que o que veio do pai não foram somente o conhecimento e as condições materiais, mas também os clientes. Em segundo lugar, o *habitus* herdado do pai faz com que as práticas do produtor reproduzam uma realidade já criada, pois é duradouro. As disposições adquiridas pelo pai são também presentes no filho, que se ajusta e se adapta às situações novas que podem aparecer. Dessa forma, o produtor ajusta-se à realidade que se encontra, já que suas ações, comportamentos e escolhas são produto da

relação existente entre o *habitus*, as pressões e os estímulos da atual conjuntura (BOURDIEU, 2004).

E também, possuindo já uma clientela confiável, fica mais fácil reproduzir as condições para se obter maior lucro com a venda da cachaça, já que esta clientela não exige o cumprimento das leis também por interesses pessoais. Mesmo que seu produto esteja competindo com outros produtos industriais, o fato dos compradores que revenderão a cachaça em seus estabelecimentos não exigirem notas fiscais resulta em um facilitador para a realização dos seus próprios interesses: a própria venda da cachaça de maneira também informal. Isso está relacionado a um laço de relações sociais já existentes antes do produtor assumir o negócio e que continua se reproduzindo.

5.3.2 Seu Joaquim e seus três filhos

Seu Joaquim também aprendeu a produzir cachaça com o pai, e “como manda a tradição”, transmitiu o conhecimento para os três filhos que agora estão assumindo a frente do negócio. O avô, pai do Seu Joaquim, começou a produzir cachaça a mais de cem anos. Na época, segundo me disse um dos filhos, Rafael, era tudo muito complicado. Para arar a terra eram utilizados animais de tração como boi, assim como para moer a cana e extrair a garapa. A cana cortada era levada nas costas ou em carros de boi.

Na época do avô, utilizava-se um alambique de cobre revestido de barro, bem rústico e a produção era bem reduzida, sendo vendida para alguns sitiantes vizinhos e na cidade, em garrafas reutilizadas. Foi o próprio avô que fez o primeiro registro da cachaça, no ano de 1943, sendo bastante conhecida na região, a propósito. Quando o pai assumiu o negócio, foram realizadas algumas melhoras, como a substituição do velho alambique por um maior e inteiro de cobre, mais moderno.

Os filhos, desde pequenos, auxiliavam na produção, mas quem tomava conta do negócio era o pai e devido às dificuldades que surgiram relacionadas ao aumento da burocracia e impostos a partir do final dos anos 1990, o pai desanimou e tirou o registro, ficando a renda mais concentrada no arrendamento de terras para a usina e uma produção de cachaça limitada.

Quase dez anos mais tarde, estando os filhos formados, dois com ensino superior e um técnico, os três se juntaram e decidiram junto ao pai tomar a frente do negócio. Mesmo assim, quem toma conta dos principais processos produtivos, fermentação e destilação continua sendo o pai, pois ele possui conhecimento e grande experiência, dispensando inclusive o uso de instrumentos técnicos, tais como o termômetro e o sacarímetro, instrumentos de que os filhos necessitam.

Tendo os filhos assumido o negócio, a família decidiu reabrir a firma e regulamentar a produção em 2014, reformando os espaços utilizados para o envasamento, o envelhecimento e o armazenamento da cachaça produzida, e também trocaram o alambique por uma coluna de destilação contínua. A produção aumentou em 30% do que era e, com os filhos, buscam novos clientes, geralmente bares e pequenos mercados concentrados nos municípios próximos ao que se encontra o alambique.

É explícito o engajamento de todos no negócio e a paixão em produzir e comercializar cachaça, paixão essa que veio desde o avô e que pretendem passar para as próximas gerações, deixando de arrendar as terras para a usina e utilizando toda a cana plantada na produção.

No que se refere à regulamentação da produção e das vendas, a família tem buscado fazer tudo como a legislação pede, porém o produto é comercializado sem nota fiscal e a mão de obra contratada de forma temporária durante a safra e produção é feita sem registro em carteira. Para os produtores, além dos tributos e da burocracia, existe muito pouco incentivo do governo para o pequeno produtor, o que resulta também numa fiscalização falha que permite práticas informais.

Diante disso, compreendo que a família se preocupa em preservar a tradição enquanto produtores, e para isso eles entendem que é necessário a regulamentação do produto e a promoção da marca. Entretanto, diante das dificuldades que eles identificam na legislação, práticas informais são utilizadas, mesmo estando com o registro em ordem. Essas práticas são, portanto originárias de um *habitus* herdado do avô, já que mesmo com o registro antigo, muitas delas não eram consideradas informais, sendo assim nomeadas somente com o advento da legislação para a cachaça que começou a ser elaborada somente em 1994. É isso, também, o que justifica a retirada dos registros pelo pai em determinado momento. Porém, tendo os filhos adquirido capitais em sua formação em outros espaços e também disposições pertinentes para o investimento no negócio, somente aumentou o interesse em comum da família.

Aqui, vemos um encontro de gerações e a atualização de um *habitus*, realizado por uma geração mais nova, que busca adaptação e ajuste a uma nova realidade que serão por eles muito mais vivida do que pelo pai. É provável que os capitais adquiridos pelos filhos tenham sido o principal motivo pela busca da inovação, continuidade e promoção do negócio, que é centenário na trajetória da família. Um *ethos* empreendedor, presente principalmente nos filhos, faz com que um ofício centenário na família, se bem direcionado, possa resultar em um negócio cada vez mais promissor, capaz de acumular capital simbólico, que por sua vez facilitaria a acumulação do econômico, pois um nome conhecido só aumentaria as vendas.

5.3.3 Seu Zé

Este foi o caso mais emblemático da pesquisa. No dia da visita estava chovendo muito e, ao chegar ao sítio, foi difícil encontrar alguém. Fui e voltei duas vezes, chamei, até que decidi estacionar o carro embaixo de um barracão e esperar um pouco. Desci do carro e percebi uma sala com uma luz fraca. Lá encontrei o Seu Zé, um senhor com mais de 85 anos, sentado em um canto, em silêncio. Ele saiu, cumprimentou-me com muita simpatia. Quando disse quem eu era e o que estava fazendo ali, ele achou melhor esperar o filho, pois era quem tomava conta do negócio atualmente.

Enquanto esperávamos o filho Beto chegar, Seu Zé me contou que fazer cachaça era algo que estava no sangue. Segundo ele, houve épocas em que produzia um milhão de litros anuais. Na conversa deu muito destaque sobre sua experiência enquanto produtor e reiterou algumas vezes que nenhum doutor sequer saberia fazer o que ele faz, aproveitando para ridicularizar a categoria com algumas piadas muito bem elaboradas.

Infelizmente não consegui muito mais informações com o produtor, pois, com a chegada do filho, houve um estranhamento de ambos, após a recusa do filho que, bastante ressabiado, se recusou a dar entrevista ou continuar a conversa, transformando a simpatia do pai em uma cara fechada.

De qualquer modo, observando as instalações no tempo que permaneci conversando com Seu Zé, percebi que para atender às exigências da regulamentação, haveria muita correção a ser feita. A coluna e as dornas de fermentação estavam embaixo de um barracão aberto nas laterais e o local de depósito, armazenamento e envasamento estavam todos irregulares, assim como o rótulo não possui o *design* nem as informações exigidas, mas

apenas um impresso colado com fita adesiva com o nome da cachaça, que é o sobrenome do produtor.

Porém, tamanha foi minha surpresa ao identificar o registro do produtor na listagem do MAPA do ano de 2014, com dois tipos de cachaça, envelhecida e branca. Lembrei que o produtor me dissera que fazia alguns anos que fornecia cachaça a granel para uma grande e conhecida destilaria, o que explica, então, o registro.

Por não ter realizado uma entrevista que me proporcionaria dados mais específicos relativos à produção, pautando-me no que observei, percebi que mesmo se destacando por uma produção muito antiga, não houve uma promoção da marca. Porém, possuem registro, pois vendem cachaça para a destilaria, provavelmente com baixo valor, o que já deve ser suficiente ao menos para a complementação da renda familiar. De qualquer modo, continuar produzindo parece ser a intenção dos produtores e eles também lutam pelo direito de participar do mercado, mesmo que de forma indireta como fornecedores de uma marca mais forte e de grande força simbólica. Essa característica acaba sendo, às vezes, comum, principalmente em regiões com muito produtores, como Salinas, MG. Não possuir uma marca forte e nem condições materiais para a melhoria da qualidade do produto resulta em uma produção padronizada destinada a fins industriais. É possível observar que isto está intimamente relacionado aos capitais que os produtores possuem e que determinarão a sua forma de participação no mercado, como já fora colocado, e que aqui se destaca como sendo até mesmo indireta.

5.3.4 Seu Walter

Começou a produzir em 2001. Tradição na família desde que o bisavô trouxe o conhecimento sobre destilação da Itália (fabricação de grappa³⁹). A família fez morada na cidade de Limeira, onde produziram cachaça em uma fazenda por muito tempo. Depois a família se mudou para o município em que o produtor vive até hoje e montou um engenho no ano de 1951. O modo de produzir cachaça ficou na memória desde os seis anos de idade, algo que aprendeu com o pai e os tios.

³⁹ Destilado simples de resíduos do bagaço de uva. Bebida alcoólica de origem italiana e existente desde a Idade Média. Possui entre 37,5% e 60% de álcool por volume. Fonte: Wikipédia: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Grappa>. Acesso em 22/05/2015.

No ano de 2001, depois que se aposentou como motorista de ônibus e caminhão, resolveu então começar a produzir cachaça. Construiu tudo sozinho, desde os barracões até o próprio alambique (feito todo com sucata). Seu Walter confessou que produzir cachaça foi um sonho que teve desde a infância, porém nunca teve condições de largar o emprego de motorista, já que era um salário baixo e nunca sobrava capitais e tempo para investir em um novo negócio. Quando aposentou, recebeu o “acerto” e investiu em material (geralmente, sucata) para construir os alambiques, os tonéis de armazenamento e envelhecimento de cachaça e os barracões.

Sempre trabalha sozinho, a não ser durante a safra, quando contrata diaristas para trabalhar no corte da cana. O combinado é sempre por empreita, quantidade a ser cortada durante o dia de trabalho. Os trabalhadores contratados são geralmente aposentados que vivem na área rural. Tudo o que produz é comercializado no próprio alambique, com a exceção de alguns bares, cujos proprietários buscam a cachaça no alambique.

O alambique do Seu Walter apresenta características que dificilmente passariam pelas exigências da legislação e o produtor declarou não possuir capitais econômicos suficientes para investir em reformas no espaço. Porém, garante que preza pela qualidade do produto, pois adora o que faz. Inclusive chegou a participar de alguns concursos realizados pelo Centro de Pesquisa e Desenvolvimento da Qualidade da Cachaça da Faculdade de Ciências Farmacêuticas do Campus da UNESP de Araraquara, vindo a ganhar o segundo lugar em um dos anos que participou.

O produtor demonstrou grande interesse em regulamentar a produção e aumentar a quantidade produzida, assim como promover a marca que já é conhecida na região. Entretanto, reclama da burocracia, dos impostos e da falta de incentivo e apoio logístico do governo. Disse que se as dificuldades continuarem, pretende começar a produzir açúcar e deixar de produzir cachaça.

Entre a motivação pelo que faz e o desânimo expresso pelo produtor, percebe-se que o maior empecilho para ele acaba sendo a escassez de capital suficiente para a melhora da produção. Ademais, mesmo estando na informalidade, o produtor se considera um empreendedor e vê a regulamentação como algo positivo.

Nas práticas do produtor, principalmente as que se referem ao ofício, em especial as que se dedicaram as atividades de construtor dos equipamentos, percebi uma grande vontade

de aprender. É de fato um trabalho artesanal, já que foram feitos pelas suas mãos todo o espaço onde se realiza a produção. O produtor, ao menos em sua fala, demonstra estar disposto a buscar a regulamentação das atividades, mas para isso precisaria, além do apoio do governo, de uma facilitação dos processos e a redução nas taxas cobradas. De qualquer modo, a informalidade expressa uma estratégia fundamental para a permanência no negócio.

5.3.5 Seu Tônico

Seu Tônico começou a produzir cachaça há vinte e sete anos. Por conta de duas tentativas de plantação de milho fracassadas, devido a uma seca e um forte temporal, a família de três irmãos decidiu começar a produzir cachaça. Ao plantar uma “curva” de cana-de-açúcar e uma de milho para segurar a água, acabaram obtendo sucesso com a plantação e passaram a se dedicar à produção de cachaça.

Sem conhecimento algum sobre como se fazia cachaça, resolveram arriscar e comprar um alambique. Junto dele, o vendedor deu um papel com instrução para o processo de fermentação e destilação, e entre erros e acertos foram corrigindo os processos. Para a fermentação, também utilizaram livros que ensinavam vários modos de se realizar o processo. Assim, foi aprendendo a produzir sozinho ao longo dos anos.

Junto de outras atividades agrícolas, como o café e o milho, conseguiram dinheiro para abrir uma loja de produtos agropecuários na cidade, administrada por um dos irmãos. O outro, junto de três filhos, cuida do trabalho na roça. É esse irmão e os sobrinhos do Seu Tônico que fazem a colheita do milho, do café, o corte da cana, moem a cana e o milho para a produção de quirela (também utilizada na fermentação da cachaça), entre outros trabalhos braçais e o cuidado com os animais. A família do Seu Tônico, mulher e filhos, auxiliam-no na secagem do café e na construção de caixas artesanais, em madeira e depois pirogravadas com o nome da cachaça, para venda de cachaça e na colagem dos rótulos.

Além do café, Seu Tônico cuida da produção de cachaça, do abastecimento dos barris para armazenamento e envelhecimento, e é ele que detém o conhecimento para a produção de uma cachaça de qualidade.

No que se refere à regulamentação das atividades, o produtor possui firma aberta, porém deixou de recolher impostos em 2001, quando aos produtores de bebidas não foi mais

permitido fazer parte do regime de tributos **Simples**. Segundo Seu Tônico, é exagerada a quantidade de exigências da legislação, de forma que a burocracia excessiva impede a regulamentação devido à quantidade de trabalho. Quanto aos impostos, a quantidade cobrada é um absurdo e pagar tudo o que pede resultaria em fechar o estabelecimento.

Para este produtor, a normatização, portanto, só traz problemas e desvantagens, acabaria encarecendo o produto e diminuindo as vendas. Porém, reconhece que para participar de mercados mais exigentes e, assim, participar efetivamente do espaço social representado pelo mercado de cachaça nacional, precisaria de grandes investimentos e de uma marca forte, além de uma produção muito mais volumosa, algo que não pretende fazer, pois preza pela qualidade do produto fazendo envelhecimento.

Mesmo gostando muito do que faz, Seu Tônico expressa descontentamento com as dificuldades e afirmou que, se houvesse possibilidade, pararia de produzir, pois o trabalho é excessivo e o lucro não compensa. Por outro lado, percebo que este produtor está sempre inovando, de forma a continuar participando do mercado, mesmo que local, e adquirindo capitais econômicos com as vendas.

No caso desse produtor, um *habitus* que se expressa em práticas informais é bastante claro. Ele entende o jogo e participa dele como pode, sempre utilizando de estratégias para continuar exercendo o ofício, porém está na informalidade e não pretende mudar isso. Entretanto, em uma visita recente e conversando sobre a possibilidade da volta da cachaça para o regime do **Simples Nacional**, o produtor disse que, se isso ocorresse, estudaria a possibilidade, pois já investiu muito no negócio nesses anos todos e sua clientela e produção aumentaram muito, de forma que seria interessante para ele garantir a legitimidade da produção. Porém, no que se refere às condições materiais, o alambique precisaria somente de alguns ajustes na parte onde realiza o envasamento da cachaça, pois o local está em estado um pouco precário.

5.3.6 Seu Lucas

Residente em uma cidade turística e produtor de cana e café desde muito tempo, Seu Lucas começou a produzir cachaça em 1996, junto ao irmão, Pedro. O avô havia produzido por alguns anos, já fazia muito tempo, porém ele ainda se lembrava de como fazia e orientou os netos em alguns procedimentos. Quem mais ajudou foi um amigo, que havia trabalhando

de auxiliar de alambiqueiro e conhecia os processos muito bem. Além disso, quando compraram o primeiro alambique, um técnico que trabalhava para a empresa fabricante veio dar apoio e ensinar como funcionava. Também buscaram orientação com outros amigos e conhecidos que fabricavam cachaça na região, assistiram a algumas palestras e frequentaram algumas feiras. Assim, aprenderam a produzir praticamente por conta própria, errando e acertando até chegarem a um produto aceitável para eles e para aqueles que consumiam.

Seguiram produzindo e vendendo no próprio sítio por quase dez anos. Até que, no ano de 2004, decidiram abrir uma loja na cidade para comercializar a cachaça. Por se tratar de uma cidade turística, logo o negócio começou a atrair grande clientela e, em menos de três anos, conseguiram um espaço maior e passaram a comercializar outros produtos, como embutidos, queijos, requeijão, manteiga caseira, doces, geleias, biscoitos, pimentas e cervejas artesanais, além de lembranças da cidade.

No caso deste produtor, observei que o turismo é muito importante na promoção do negócio. Por conta do turismo, o produtor é o que mais realiza publicidade entre todos os entrevistados. Entretanto, ela é realizada não somente para tornar conhecido o nome da loja, mas também da cachaça. É o turismo também que atrai uma grande clientela, com grande potencial de consumo. Além de que, a Secretaria de Turismo do município leva o nome da loja para todas as feiras de turismo e festivais gastronômicos dos quais participa, expondo os produtos e entregando panfletos convidativos.

Assim, ao longo dos anos os produtores foram trabalhando para tornar conhecido o nome da loja e da cachaça, foram ganhando espaço na cidade e se tornando referência na região. Porém, tudo sempre fora feito na informalidade. Mesmo que os produtores comercializem na loja o produto com nota fiscal eletrônica, pois é uma exigência dos clientes e, mesmo que possua funcionários registrados para trabalhar na loja, são exercidas práticas informais nas outras instâncias produtivas, e o produtor não possui registro da empresa e dos produtos.

A contratação da mão de obra no sítio também se dá por empreita e diárias. Não foi possível no dia realizar uma visita ao sítio, então não tenho informações quanto às condições materiais do alambique. Porém, o produtor declarou que, para regulamentar a produção, precisaria reformar o alambique todo. Por outro lado, afirmou também não possuir conhecimento algum sobre a legislação e que para o mínimo aceitável tinha um contador para realizar o trabalho burocrático.

Segundo este produtor, a legalização das atividades é algo impossível. Para se conseguir isso é preciso muita persistência e grandes investimentos, de forma que para um pequeno produtor seria inviável. Mesmo assim, não pensa em parar, pois declarou ter grande paixão pelo ofício, já que este viera desde o bisavô e foi passando de uma geração para outra, ainda que o pai não tivesse fabricado. O produtor inclusive lamenta o fato dele e do irmão possuírem somente filhas, de forma que não teria um homem na família para dar continuidade à produção.

Mesmo que a loja possa ter garantido bastante capital econômico e simbólico para o produtor, sua disposição em continuar na informalidade é grande. Isso possivelmente ocorre porque o *habitus* percebe uma situação que podemos até mesmo chamar de confortável. Estando este produtor em uma posição privilegiada, em comparação aos outros estudados, pois o turismo torna o negócio bastante promissor, a conjuntura garante que as práticas e as estratégias sejam realizadas com certa tranquilidade. Além de que, o próprio *habitus* do produtor define a percepção da situação que o determina. Assim, o *habitus* possui capacidades de assimilação e de adaptação, realizando de modo ininterrupto ajustamentos ao mundo em que se encontra, o que acaba por sua vez tornando o negócio promissor do modo que ele vem sendo realizado (BOURDIEU, 2003; 2004).

5.3.7 Seu Jorge

O filho (engenheiro) teve a ideia de começar a produzir depois de um estágio em uma Usina, período e local onde aprendeu os processos de destilação, pois já produziam bastante cana plantada que fornecem para a Usina e tinham espaço no sítio para isso. Seu Jorge (também engenheiro) trabalhou na usina por trinta e seis anos, onde como o filho também aprendeu os processos de destilação e fermentação. Para ele, “fazer cachaça não tem segredo, você tem que saber... Você tem que saber na teoria, na prática você faz; é um processo super simples, desde que você siga alguns processos”. Desses processos todos, o produtor se refere inclusive à internet para encontrá-los, onde são ensinados processos de fermentação e destilação. Juntos, então, construíram o barracão e compraram o maquinário e alguns tonéis para armazenamento e envelhecimento. Isso já faz dez anos, porém, quatro anos atrás o filho arrumou um emprego na usina e o pai passou a tocar o alambique sozinho.

Seu Jorge mostrou muito conhecimento sobre tudo desde o começo da conversa, tanto em relação à produção, sendo esse um conhecimento muito mais técnico do que dos outros produtores, que possuem muito mais um saber fazer, como em relação à ciência de toda a legislação e tributos. Quando construiu o barracão, teve por indicativo deixá-lo de acordo com todas as exigências feitas na legislação, o que de fato está feito, como pude observar. Porém, ao deparar-se com a grande quantidade de impostos, decidiu não realizar o registro. Sua grande reclamação é que, além do trabalho, fabricar e comercializar é uma tarefa muito cara.

Sua produção em alambique é vendida somente no próprio estabelecimento. Mas, também vende na chamada “partida alta” para grandes marcas em Minas Gerais, quando encomendam, geralmente de 5 mil litros pra cima. Emite nota fiscal sempre que vende por encomenda, porém no sítio somente lança notas no final do mês. Declara ter dado entrada no pedido de registro, porém, até o momento, ele ainda não consta nos dados do MAPA.

Seu Jorge é um produtor diferente do restante. Mesmo sendo um produtor rural, sempre viveu na cidade e já iniciou o negócio com um planejamento já feito, com os capitais necessários para o investimento já direcionados pra isso e procurou fazer tudo dentro das normas. Segundo ele próprio, não existe dificuldade na legislação e a burocracia é algo comum. O problema mesmo são os impostos, que são abusivos. Para ele, se um produtor encontra-se na informalidade, como é o caso dele, é por preguiça e não por outro motivo.

Este foi o único produtor que mostrou maior conhecimento sobre o mercado da cachaça, afirmando que ele é excludente: “Quem é esperto e tem dinheiro pra investir tem sucesso, do contrário não”. Seu Jorge entende que a própria legislação é feita para privilegiar as usinas, de forma a manter o pequeno produtor, que possui um produto de qualidade e grande potencial de comércio, fora do jogo. Diante disso, ele mesmo afirma que a informalidade é a única solução para o pequeno produtor, já que a legislação impede que ele produza como bem entende.

Como podemos observar, ao mesmo tempo em que este produtor possui um *habitus* similar aos dos outros já relatados e que suas práticas e disposições são também similares, os capitais que ele possui são um pouco diferentes, já que possui um entendimento mais amplo e objetivo do mercado de cachaça, e entende quem são só agentes que disputam dentro desse mercado, assim como a própria atuação do Estado. Além disso, investiu grandes capitais econômicos e tecnológicos para deixar tudo de acordo com as exigências normativas, mas relutou em dar continuidade ao registro por muito tempo. A informalidade, nesse sentido, é

utilizada exclusivamente para se obter os lucros pretendidos, como afirma a hipótese deste trabalho. É, portanto, uma estratégia fundamental de resistência contra a legislação e os impostos abusivos.

5.3.8 Seu Lucio

De todos os produtores entrevistados, esse foi o que mais lutou para manter a produção e os produtos regulamentados. Começou a produzir em 1985, há trinta anos. Começou do nada, querendo fazer algo diferente. Na época, não havia alambique na região. Começou com um alambique pequeno para conseguir alguma renda com algo diferente. Outra questão é que as usinas na época estavam parando de comprar cana de pequenos produtores. Formou o alambique para consumir a cana naquele momento de crise: “Inicialmente a intenção era essa, produzir alguma coisa diferente e moer a nossa própria cana”.

A priori, o alambique não foi criado para vender para o consumidor. Era um alambique muito pequeno e o produtor não tinha conhecimento algum sobre como fazer cachaça, o que segundo ele é o grande erro de se abrir um negócio. Para ele, para começar um negócio como esse, é preciso ter consultoria, estudar o mercado. Porém, confessa que só pensa isso hoje. Na época, começou com um alambique pequeno, no qual fazia dois ou três baldes de cachaça por dia. Mas, com o tempo, foi aumentando, melhorando, aprendendo.

Segundo Lucio, a produção somente começou a melhorar quando passaram a ter assessoria da Unesp de Jaboticabal. A universidade auxiliou aplicando cursos sobre produção de cachaça. Só começou a fazer o envelhecimento em meados dos anos 1990, ano em que também começou a ir para simpósios e cursos. Quem orientou sobre envelhecimento foram os pesquisadores do Centro de Pesquisa e Desenvolvimento da Qualidade da Cachaça da Faculdade de Ciências Farmacêuticas do Campus da UNESP de Araraquara. Foi isso que permitiu fazer um produto de qualidade.

Também na segunda metade da década de 1990, participou da Feira Agro Comercial e Industrial de Araraquara (FACIRA), o que já começou a tornar a cachaça mais conhecida. Mas, o retorno e o lucro só começaram a vir depois de vinte anos, quando, em 2005, decidiram começar a exportar, por iniciativa do próprio produtor.

Como o próprio produtor menciona, foi somente a partir de 2000 que o produto começou a ganhar nome e gerar lucro. E foi também a partir desse ano que a legislação se tornou mais exigente, já que as pequenas empresas produtoras de bebidas alcoólicas não poderiam mais fazer parte do Simples. Mesmo assim, a insistência em deixar tudo em ordem sempre foi fundamental na promoção da marca, que hoje é uma das mais conhecidas do estado de São Paulo entre as cachaças artesanais de qualidade, concorrendo inclusive com grandes marcas de Minas Gerais.

Por outro lado, mesmo que esteja praticamente tudo de acordo com as exigências normativas, e mesmo que esteja de fato inserido dentro do espaço social representado pelo mercado de cachaça nacional, e no caso deste, também internacional, algumas práticas informais ainda são utilizadas.

Em relação à organização do trabalho, ela sempre fora feita pela família. Quem cuida do alambique é o Seu Lucio. Ele é quem destila e fermenta a cachaça, porém, possui três funcionários registrados que auxiliam no engenho e no abastecimento dos tonéis de armazenamento e envelhecimento. Na loja do sítio, onde comercializa o produto, quem auxilia são a esposa e os filhos. Quem cuida da lavoura de cana é o pai e um irmão. Porém, assim como quase todos os produtores entrevistados — com exceção do Seu Tônico —, quem faz o corte da cana e o transporte são trabalhadores contratados somente durante a safra por quatro meses ou por empreita, sem registro em carteira.

No que se refere à comercialização do produto, a maioria dos estabelecimentos que fornece cachaça exige nota fiscal eletrônica. Entretanto, no alambique, o produto é vendido geralmente sem nota, salvo para aqueles que compram em grande quantidade. As notas fiscais são lançadas no final do mês, a critério do produtor.

Mesmo procurando manter tudo dentro das normas, o produtor acaba usando de práticas informais para amenizar um pouco os impactos da legislação e dos tributos, que são grandes. Outro ato que o produtor confessou estar praticando, é dispensar algumas vendas para clientes que compram em grandes quantidades para venda no varejo, pois devido ao custo com impostos, o trabalho não tem compensado.

Assim, não identifico no Seu Lucio um *habitus* discrepante dos outros produtores, mesmo que ele esteja bem mais estruturado e inserido dentro do espaço social em questão. Entretanto, ele possuía mais capitais para investir no negócio. Mesmo que o *habitus* defina a

percepção de uma situação e a atual conjuntura vá determinar as práticas dos agentes dentro de uma estrutura, a atualização do *habitus*, no caso deste produtor, acabou sendo em favor daquilo que o espaço social espera. Porém, pode ser que isso só tenha ocorrido, pois sempre houve o recurso da informalidade quando necessário, já que é o *habitus* que possibilita a assimilação e a adaptação da própria situação, e realiza os ajustamentos à realidade na qual os agentes se encontram (BOURDIEU, 2003).

Segundo Bourdieu, o *habitus*, “entendido como um sistema de disposições duráveis e transponíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona a cada momento como uma matriz de percepções, de apreciações e de ações” (BOURDIEU, 1983, p. 65), produz antecipações razoáveis que, sendo produto de disposições nascidas de incorporação insensível da experiência de situações constantes e recorrentes são imediatamente adaptadas a situações novas, mas não radicalmente incomuns. Assim, enquanto disposições para agir, as quais são produto de experiências anteriores e de situações semelhantes, o *habitus* assegura um domínio prático de situações de incerteza e funda uma relação com o futuro da antecipação prática (BOURDIEU, 2001b, p. 267-268).

Tendo isso em vista e as trajetórias individuais dos produtores, é possível compreender que a trajetória social passada está relacionada às situações constantes e recorrentes e, portanto, resultam em antecipações similares entre eles, assim como suas adaptações às novas situações. Sendo produto de situações anteriores e de situações semelhantes — ou mesmo produto de estruturas constitutivas de um tipo particular de meio, entendido como condições materiais de existências características de uma condição de classe, que produzem o próprio *habitus* — que fundam essa antecipação prática, as disposições dos produtores em estarem regulamentados ou não, ou agirem por meio de práticas informais, também se mostraram similares. Isso nos permite compreender que o mesmo *habitus* — que em algumas instâncias pode ser até mesmo considerado ele próprio informal — está presente em todos os produtores que estudei, pois são frutos de uma história coletiva similar, senão a mesma. E este *habitus*, por sua vez, está em relação direta com o mercado de cachaça.

[...] enquanto produto da história, o *habitus* produz práticas, individuais e coletivas, produz histórias, portanto, em conformidade com esquemas engendrados pela história. (BOURDIEU, 1983, p. 76)

Assim, as questões relacionadas à participação direta no mercado de maneira legítima, por força das regras que determinam o jogo em questão, e também às posições dos agentes no campo, fortemente influenciadas por aqueles que dominam, não somente pelos produtores

industriais, mas também pelos produtores artesanais regulamentados que defendem seu direito de participar e já adotaram as regras do jogo como sendo suas, mesmo que a própria regulamentação possa prejudicá-los, ao invés de diluir o *habitus* dos produtores, inserindo-os no jogo de uma vez por todas e fazendo-os aceitar sua própria condição, ao contrário, acabam atualizando-o por conta das adaptações que os agentes realizam constantemente dentro de um mercado que está sempre em movimento e é tão discrepante. Ou seja, são as posições — determinadas também e principalmente pelos capitais que possuem e mobilizam — que os agentes ocupam que determinarão as práticas de acordo com a relação com o *habitus*, e elas podem ser consideradas tanto informais como legítimas, e o que determina isso é elas estarem de acordo ou não com a legislação. Mas, por serem sociais, estas também são determinadas pelas relações que os produtores estabelecem com o mercado e com os consumidores, de forma que o próprio ato de compra e venda, para serem legítimos, precisam necessariamente estar formalizados na entrega da nota fiscal ao consumidor no ato da compra, por exemplo.

A partir disso, para compreendermos mais a fundo o que significa a informalidade para este trabalho, apresentarei a seguir de que modo os produtores compreendem a informalidade com o objetivo de compreender se os motivos apresentados pelos produtores estão afinados com as hipóteses deste trabalho.

5.4 A informalidade para os produtores

O primeiro questionamento da pesquisa era se os produtores possuíam registro no Ministério da Agricultura, Pecuária ou Abastecimento e quais eram esses registros — produtor e/ou engarrafador de produtos. Essas formas de registro não foram mencionadas, já que se pretendia obter uma resposta livre do produtor. A quantidade de informações presentes nas repostas deu uma noção necessária do conhecimento que os produtores possuíam ou não da Legislação. No quadro a seguir pode ser observado quais as respostas relativa aos registros no MAPA dos sete produtores entrevistados:

Quadro 4. Resposta dos produtores quando questionados se possuíam ou não registro no MAPA, quais eram estes registros e justificativas dadas

ENTREVISTADO	REGISTRO NO MAPA	QUAIS REGISTROS	JUSTIFICATIVAS
Seu Tônico	Não	-	Somente possui firma aberta (CNPJ), acredita que por conta disso pode comercializar.

Seu Lucio	Sim	Produtor; Engarrafador; e 10 produtos.	Procura manter tudo de acordo com a legislação e está agilizando a renovação dos registros.
Seu Lucas	Não	-	Foi feito registro da marca, está pra sair.
Seu Walter	Não	-	Não houve justificativa.
Seu Jorge	Não	-	Já deu entrada no Ministério e está com tudo certo para finalizar o registro. Só falta a parte do engarrafamento estar em ordem pra isso.
Seu Felipe	Não	-	Afirmou que o registro do produto havia sido feito a mais de quarenta anos pelo pai. Entretanto, ele não foi localizado nos dados fornecidos pelo <i>website</i> do MAPA.
Seu Joaquim	Sim	Produtor; Engarrafador; e 3 produtos.	O produtor (pai) havia dado baixa no registro, que existia desde 1980. Porém, como os três filhos do produtor assumiram o negócio recentemente, os registros foram refeitos no ano de 2014.

Fonte: Pesquisa de campo (2015).

Entre os produtores que não possuem registro no Ministério, somente Seu Jorge demonstrou total conhecimento das exigências feitas na legislação. Como já destaquei na apresentação de sua trajetória, este produtor é o único que possui formação com grau superior, sendo graduado em dois cursos de engenharia e hoje aposentado. Isso pode ter relação com a quantidade de capitais de informação que o produtor sobre a legislação. Além do mais, mesmo sendo de família oriunda do meio rural, o produtor esteve ou viveu a maior parte do tempo na cidade. Isso fez com que ele tenha adquirido capitais de informação também sobre a dinâmica do mercado de cachaça. Possuindo então capital de informação sobre o campo em que está inserido, dentro do capital organizacional, como já dito anteriormente, e capital tecnológico (BOURDIEU, 2001b, p. 239) — “carteira de recursos científicos e técnicas (procedimentos, aptidão rotinas e conhecimentos únicos e coerentes próprios para diminuir despesas e aumentar o rendimento)” — possivelmente fez com que este produtor fosse o único que tenha realizado um planejamento antes de abrir o negócio, para que quando começasse a produzir estivesse ao menos com as condições físicas do estabelecimento de acordo com a legislação.

Em relação à informalidade e escolaridade, de todos os produtores regulamentados, apenas um deles possui grau superior; os outros dois estudaram somente até a 4^a série do ensino fundamental. Entretanto, no caso de um deles são os três filhos que passaram a

administrar o negócio nos últimos anos, e dois destes possuem grau superior e o último é tecnólogo superior. Já entre aqueles que se encontram na informalidade, um deles possui ensino superior incompleto, outro superior e o restante ensino fundamental. Como já foi colocado, mais conhecimentos podem resultar em maiores capitais. Justamente por isso, observamos que a escolaridade pode interferir ou não na busca pela regulamentação, já que a quantidade de capital cultural adquirido com maior grau de ensino pode ser determinante na forma como os agentes lidam com a grande complexidade e com a burocracia dos processos de regulamentação. Quando isso não ocorre, as justificativas para a informalidade podem acabar sendo mais objetivas. De qualquer modo, essa hipótese não pode ser considerada um critério que justifique a informalidade ou não, mas pode sugerir a forma que é concebida pelos produtores.

A seguir serão transcritas as respostas dadas por alguns produtores quando foram questionados sobre as principais dificuldades que encontravam para ficarem regulamentados.

“A dificuldade... hoje talvez seja mais fácil, né. O problema na verdade é que o pessoal que está lá não entende. Isso eu falo de um modo geral né. Essa é a dificuldade dessa parte de cachaça... Não entende nada, eles querem coisa que não interessa, coisa que interessa não quer, quer número de maquinário, maquinário velho de 30 anos, 20 anos, sabe? Quer dizer, são coisas que não há necessidade, né. E por isso que acaba complicando, o cara abandona, o cara não vai atrás. Nós mesmo. Demorou pra fazer isso aí! Planta, planta não sei da onde, tem que contratar engenheiro, engenheiro agrimensor, engenheiro agrônomo, são tudo coisa que não precisava. E não consegue viu, esses alambiques que tem por aí se for atrás está “fudido”, a verdade é essa aí.” [...]“Tudo que você pensar é muito difícil, tudo. Barracão, jeito de fazer o barracão de engarrafamento. É muito difícil! Eu na verdade não aconselho ninguém fazer nada disso aí, porque é complicado, ah, você tá loco!... Eu não conseguiria fazer de novo, a verdade é essa.” [...]“E tem outro problema, a parte da legislação tributária, você não sabe como é complicado isso aí. Os escritórios de contabilidade não sabem, pra você ter uma ideia, quanto mais eu e você. Eles não sabem fazer. É muito complicado, eu não sei por que tem que ser assim! Não sei qual que é o problema, quem que ganha com isso, quem que perde. Não é nem a questão de pagar, a questão é que é complicado, é um negócio lá que você não sabe. Tem a entrada de cana, tem que ter entrada de cana, balança, tem que ter quanto fez por dia, quanto você derramou, quanto que estragou, quanto que deu, quanto que está estocado, quanto você comprou, quantas garrafas comprou, quanto dinheiro você tem no banco, quanto você pagou de energia, de todos os seus funcionários, não dá pra fazer! Isso aí uma coisa grave, isso aí se for fazer tudo não dá pra fazer hein! Isso é muito importante falar, não dá pra fazer hein!” (PESQUISA DE CAMPO, Seu Lucio, 2015)

“Não tem, é preguiça mesmo. Você tem a burocracia que tem no Brasil. O cara te exige um mundo de documentos que eles podem ter acesso na internet, mas não, você tem que apresentar tudo. Única burocracia é essa, documentação, só isso.” [...] “Eu não tenho tudo acabado mesmo por

preguiça, até a hora que tomar uma multa ai você tem que acertar.” (PESQUISA DE CAMPO, Seu Jorge, 2015)

“Eles falam tem que ser assim, assim, assim, mas eles não explicam na legislação porque que tem que ser assim. Não explica nada, fala que tem que ser daquele jeito e você se vira.” (PESQUISA DE CAMPO, Rafael, filho de Seu Joaquim, 2015)

“Fica muito caro e é muita burocracia, chega a desanimar, né.” [...] “Gente de roça não gosta de correr atrás de papelada, você sabe disso né? Tudo que nós faz aqui, tudo isso daí tem escritório que faz, as firma que faz, porque nós não da conta. Minha contabilidade eu tenho advogado, o escritório que faz.” [...] “Não existe, o cara te pede um papel, cê chega lá com aquele papel, ele pede outro, cê checa lá ele fala: esse aqui não da mais, esse aqui caducou, cê tem que ir atrás de um que é assim agora.” (Seu Lucas, Entrevistado 3, 2015)

A partir da fala dos produtores, dois com registro (Seu Lucio e Seu Joaquim) e dois não (Seu Jorge e Seu Lucas), é possível observar que as preocupações podem variar entre um e outro. Entre aqueles que não foram citados, Seu Felipe pensa não haver dificuldades, isso por afirmar que seu produto já está registrado faz tempo como citado no **quadro 4**. Os outros dois entrevistados, além de ressaltar a burocracia, reclamaram também do imposto e da falta de apoio logístico por conta do governo.

No caso do Seu Jorge, que afirma ser preguiça não ir atrás dos registros e documentos para a legalização, cabe lembrar que devido à sua experiência profissional, é possível que a compreensão e até mesmo a aceitação ou resignação à burocracia existente no país seja maior, tendo em vista os capitais que possui. Segundo este produtor, a maior parte de sua vida profissional foi trabalhando em usinas de destilação de cana-de-açúcar (36 anos) e os capitais adquiridos durante a carreira podem ser determinantes para a forma técnica e objetiva com a qual ele lida com isso tudo. Entretanto, em outro momento da entrevista, queixou-se bastante dos tributos e taxas, afirmando que

“[...] a partir do momento em que o governo entra ele te impede de você produzir. A não ser os grandes que geralmente tem a destilaria, na qual eles destilam o deles e também compram dos outros; o custo deles logicamente é menor, já o do pequeno é bem maior, a quantidade que fabrica é menor e o preço que você tem que vender com imposto impede você de subir.” (PESQUISA DE CAMPO, Entrevistado 5, 2015)

Por outro lado, Seu Lucio que também possui bastante conhecimento do mercado e da legislação, tendo em vista que há quase vinte anos procura fazer tudo direito, identifica grande dificuldade e afirma, além de tudo, que se tivesse que fazer tudo de novo não faria.

Entretanto, num primeiro momento não vê problema em pagar. Ele ainda reconhece que teve muito apoio e sempre procurou buscá-los, algo que teria sido de grande ajuda e, reitera diversas vezes, como podemos observar na sua fala, que os produtores não conseguem fazer o que ele fez devido a grande dificuldade. Dessa forma, destaco que as principais dificuldades são mesmo a burocracia, a falta de apoio do governo e a alta tributação.

Entretanto, o que determina a forma de identificar essas dificuldades em cada produtor pode estar relacionado às formas e a quantidade de capitais que possuem e que determinam sua posição no mercado. Em síntese, as trajetórias dos produtores são determinantes na forma em que estes compreendem e lidam com as dificuldades. E essa forma de objetivar os problemas por parte dos agentes, pode ser identificada na fala de cada um deles, na quantidade de conhecimentos que apresentam e nas disposições que possuem para compreendê-los. Os interesses do Estado burocrático e, portanto, do campo do poder que cria as leis, já que influenciados por agentes do campo econômico e do mercado de cachaça, que também pode ser entendido enquanto campo, dificilmente levam em conta os interesses de todos os produtores de cachaça e, portanto, que atuam de forma direta ou indireta dentro do campo, já que as práticas distintas e distintivas geradas por *habitus* discordantes e originários de espaços sociais diferentes possuem suas próprias leis de funcionamento (BOURDIEU, 2008, 2004). Isso resulta em movimentos grupais e também individuais dentro do campo de maneiras sempre distintas.

Assim, reitero a influência dos interesses dos produtores industriais, donos das grandes destilarias. De acordo com a fala do próprio produtor, a quantidade produzida por ser maior faz com que o custo com impostos acabe sendo mais reduzido. Outro fator é o fato desses geralmente venderem o produto como aguardente de cana adocicada, o que também reduz o custo do IPI. Dessa forma, se considerarmos esses produtores como sendo os agentes dominantes do mercado de cachaça, o objetivo da disputa será sempre a busca de um capital específico — o qual já identifiquei com sendo o próprio lucro, ou capital econômico legítimo, advindo das vendas de cachaça — por parte dos produtores que aceitam a legitimação do Estado, ou a subversão da estrutura da distribuição desse capital, em luta, por parte dos produtores informais, os quais por não poderem concorrer de forma justa no mercado, usam das práticas informais para obterem um capital econômico não tido como legítimo.

É importante ressaltar que esse é um modelo não investigado a fundo nesta pesquisa, portanto, aqui sugerido como uma das tantas possibilidades que dinamizam ou determinam

esse espaço de posições sociais, o qual é retraduzido em um espaço de tomadas de posição intermediadas pelos espaços de disposições (*habitus*) que os agentes possuem. Isso ocorre, pois a cada classe de posições corresponde uma classe de *habitus*, os quais são produzidos pelos condicionamentos sociais associados à condição correspondente (Bourdieu, 2008, p. 21) ou mesmo uma trajetória social. Assim, as posições e os *habitus* dos agentes identificados acima possibilita esboçarmos um espaço social relativo ao mercado de cachaça, dentro do qual as cachaças artesanais e industriais concorrem diretamente e as informais de uma forma indireta, até certo ponto.

Após apresentarem as dificuldades, foi perguntado aos produtores informais se eles achavam que seria vantajoso ou não regulamentar a produção e as vendas dos produtos. Mais uma vez as respostas foram várias.

Destacamos o posicionamento de três produtores: o Seu Tônico, o Seu Lucas e o Seu Walter. Este último declarou que, com a legalização da produção e dos produtos, ampliaria o próprio negócio e aumentaria em muito as vendas. Seu Lucas não demonstrou ambições em aumentar a produção e vendas, mas afirmou que com isso “dormiria mais tranquilo”, pois o medo de ser parado quando leva a cachaça na camionete do sítio para a loja na cidade sempre está presente. Contrário a estes, o Seu Tônico afirmou que a legalização somente traria desvantagens, encarecendo o produto e diminuindo demais as vendas. Segundo ele, somente é vantajoso legalizar para aqueles que possuem condições de investir, e investir é preciso para se inserir em nichos de mercados mais exigentes e concorridos.

Assim, no que se refere às vantagens e desvantagens percebemos que elas podem ser também julgadas de maneiras diferentes, conforme os conhecimentos e os capitais que possuem os produtores, suas trajetórias de vida e atuais condições socioeconômicas. De qualquer modo, é notável a falta de conhecimento por parte dos produtores relativo a nichos de mercado mais concorridos e mais exigentes, onde estão presentes produtos certificados e de qualidade garantida, como aqueles produzidos por uma minoria de produtores e que visam, sobretudo, ao comércio exterior (VIDAL; GONÇALVES, 2008). E isso pode ser observado nas respostas dadas em outra pergunta do questionário que questionava qual o entendimento dos produtores — regulamentados e informais — sobre o próprio mercado da cachaça, onde competem somente cachaças regulamentadas. No **Quadro 5**, podemos ver a resposta de cada produtor entrevistado:

Quadro 5. Considerações dos produtores sobre o mercado regulamentado

Seu Tônico	É necessário ter nome (marca) e produção suficiente para se inserir neste mercado.
Seu Lucio	Algo extremamente problemático que impede o aumento da produção. Leva o produtor a se resignar a sua condição e mesmo que esteja com tudo regulamentado prefere continuar comercializando o produto no local (alambique ou engenho na área rural), com vendas a granel (e sem nota fiscal), do que arriscar a busca por novos mercados.
Seu Lucas	É algo inalcançável para o pequeno produtor.
Seu Walter	Vê algo que traria benefício inclusive para o Estado, mas este “enxerga com um único olho”.
Seu Jorge	É um mercado excludente. Quem é “esperto” e tem dinheiro pra investir tem sucesso, do contrário não.
Seu Felipe	É necessário ter um produto barato. “Quando a cachaça passa de R\$ 12,00 fica impossível de vende-la”.
Seu Joaquim	Muito concorrido. Não tem como competir com as empresas grandes que conseguem colocar o preço sempre em baixo.

Fonte: Pesquisa de Campo (2015)

Analisando o quadro acima notamos que são diferentes as formas que os produtores entendem os mercados compostos por consumidores mais exigentes, que dão preferências aos produtos certificados e de qualidade garantida. Dos produtores aí relacionados, somente Seu Lucio e Seu Joaquim possuem seus produtos registrados no MAPA, porém nenhum deles possui certificação.

O primeiro, no negócio desde 1985, iniciou na metade dos anos 1990 os processos de regulamentação. Possui um produto de altíssima qualidade, o qual inclusive exporta para países europeus como a Inglaterra, e já ganhou vários prêmios concorrendo com cachaças também de grande qualidade. Por estar há muito tempo produzindo e buscando atingir outras instâncias do mercado, afirmou em entrevista que buscou compreendê-lo desde quando começou a regulamentar a produção. Entretanto, devido às grandes dificuldades — tributos, concorrência, cada vez mais exigências por parte do governo e dos consumidores — que reconhece a partir de experiências vividas, afirmou ter desistido de aumentar sua produção e tem relutado muito em aceitar novos clientes, pois o lançamento de notas está cada dia mais difícil e o revendedor que compra grandes quantidades exige tudo muito bem discriminado.

Já o segundo, Seu Joaquim, mesmo que possua uma produção muito antiga, desde 1943, que está sendo assumida pelos filhos do produtor, terceira geração da família envolvida

com o negócio, demonstrou não muito bem a forma como se constituiu o mercado nos últimos dez anos principalmente. O produtor faz o envelhecimento da cachaça, porém a comercializa entre consumidores menos exigentes, em bares dos municípios mais próximos da propriedade. Assim, as vendas geralmente concorrem com produtos industriais, que possuem uma qualidade inferior já que são obtidos por destilação contínua, onde também ocorre a padronização do produto — com a adição de açúcar, sendo até 6 gramas por litro (6g/l ou 0,6g/100 ml) e água a quantidade suficiente para (q.s.p.) a padronização do produto — e a alta produtividade, possuindo assim preços baixíssimos se comparados aos que os produtores artesanais ou de alambique conseguem manter em seus produtos.

Quanto aos produtores informais, de maneira semelhante ao Seu Joaquim está Seu Felipe. Ele faz envelhecimento do produto, mas somente é vendido a granel, engarrafando somente a cachaça nova (branca)⁴⁰. Assim como a indústria, procura padronizar a produção, mesmo que esta seja feita em alambique e por escalas, e manter o produto num preço razoável para que seja comercializado o quanto antes. Observa-se que este produtor e o anterior são os únicos que comercializam o produto nos popularmente conhecidos “corotinhos”, recipientes pet em forma de barril que comportam até 500 ml e destacam-se por seus valores bastante reduzidos. Isso significa que o próprio público consumidor se movimenta de maneira bastante diferente dentro do mercado, agindo por suas preferências e gostos resultantes de condicionamentos sociais e culturais.

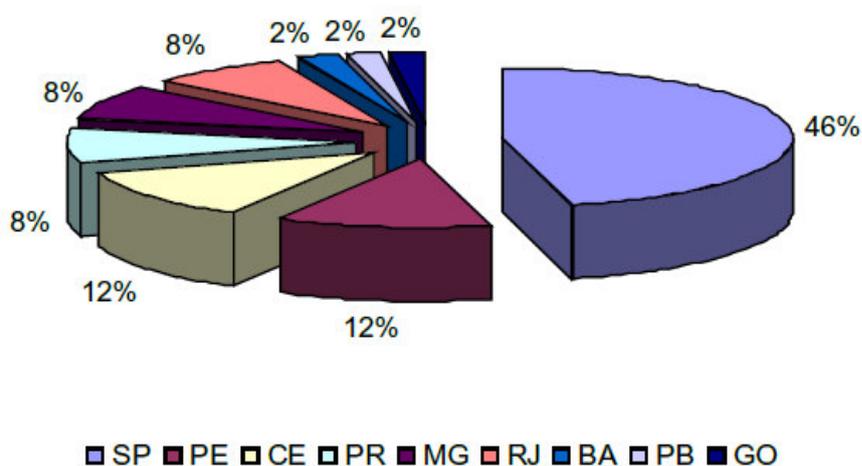
Por outro lado, os outros produtores reconhecem problemas variados, mas coincidem no que se refere à qualidade dos produtos. Todos os quatro fazem envelhecimento e prezam pela qualidade da cachaça, algo que pode ser observado em todas as instâncias produtivas, mas principalmente na fermentação e na destilação. A impossibilidade reconhecida por Seu Lucas está relacionada à dificuldade em obter uma marca conhecida nesses mercados em questão, já que para isso é preciso muito investimento, inclusive em publicidade, portanto, um forte capital comercial. É muito importante destacar que nenhum dos oito produtores visitados na pesquisa de campo faz publicidade do produto, tornando-se conhecido somente por conta do chamado “boca a boca”, ou seja, através dos próprios clientes. Há uma exceção para o Seu Lucio e o Seu Lucas que utilizam da internet. Porém, no caso do segundo, a propaganda é feita para a loja e não para a cachaça exclusivamente, através de panfletagem, e possui grande

⁴⁰ Segundo Marcelo Câmara (2004), a cachaça nova, branca, é aquela que foi engarrafada logo depois que verteu do alambique e apenas “descansou” em dorna ou tonel por alguns dias, no máximo três meses.

apoio da Secretaria de Turismo do município, que leva o produto em feiras, consegue reportagens e sempre inscreve a loja nos festivais gastronômicos da região.

Esta impossibilidade em se posicionar melhor no mercado de cachaça identificada a pouco por Seu Lucas, pode ser justificada pelos mesmos argumentos de Seu Tônico: além da questão da marca, também existe a da baixa produção. Entretanto, as instâncias mais qualitativas do mercado, às quais nos referimos, segundo Bagnasco (2002), foram formadas porque ocorreu uma valorização de bens de consumo diferenciados e essa nova demanda diferenciada possibilita a realização de produções em série limitadas. Na maioria das vezes, isso não é de conhecimento do produtor. Entretanto, nossa pesquisa foi realizada junto a produtores artesanais do estado de São Paulo, que se destaca por ser aquele que mais produz cachaça industrial no país, liderando o *ranking* da produção nacional de cachaça ou aguardente⁴¹. A questão que cabe colocar para elucidar nossa hipótese é se os produtores do estado de Minas Gerais, sendo os que mais produzem cachaça artesanal de qualidade, não pensariam diferente disso, entendendo que mesmo com uma produção limitada, seja possível alcançar consumidores com maiores potenciais aquisitivos.

Gráfico 1. Distribuição da produção de cachaça no Brasil por Estado.



Fonte: SEBRAE, 2012.

Por fim, vemos que Seu Jorge também reconhece a necessidade de grande investimento. Entretanto, ele compartilha da opinião de que não há necessidade de uma produção exagerada a níveis industriais. Até porque isso acabaria com o diferencial do

⁴¹ Ao artesanal, São Paulo ocupa o segundo lugar, sendo superado apenas por Minas Gerais (VERDI, 2006).

produto artesanal de qualidade superior. O investimento então seria não para aumentar a produção, mas para alcançar círculos comerciais mais distantes do local, e assim conquistar mais capital simbólico e tornar a marca mais conhecida dos consumidores mais exigentes e de maior poder aquisitivo. É justamente pelo fato de a maioria não possuir capitais suficientes para investir, e quando ele fala sobre “esperteza” entende-se grande quantidade de capitais acumulados, que acabam sendo literalmente excluídos do mercado competitivo. Assim, na concepção do Seu Walter, todos acabam perdendo: os consumidores, os produtores e também o Estado.

Se as taxas de impostos não fossem tão exageradas e todos então pudessem pagá-las, e se houvesse facilidade e apoio para que os produtores pudessem buscar a regulamentação, o valor arrecadado pelo governo provavelmente seria maior.

Sobre a questão da informalidade, algumas perguntas foram feitas aos produtores regulamentados ou aqueles que estavam com os processos praticamente finalizados. As duas primeiras questões eram se com a regulamentação houve ou não mudança na rotina de trabalho e se houve aumento ou diminuição nas vendas. Entre produtores questionados os dois já regulamentados, Seu Lucio e Seu Joaquim declararam ter tido grandes mudanças na rotina de trabalho e que ela se tornara muito mais laboriosa. Já Seu Jorge — que está para concluir o processo — declarou que tudo continuou como o planejado, aquilo que programou continua seguindo. Quanto às vendas, somente Seu Joaquim declarou que continuaram na mesma proporção, enquanto os outros dois tiveram grande aumento. Os produtores também foram questionados quanto aos tributos. A pergunta feita aos produtores foi se a alta tributação impede ou não o aumento da produção e das vendas. Será transcrito a seguir as falas do Seu Lucio e Seu Jorge:

“O problema é justamente esse, você acha que nós não vendemos mais cachaça porque não queremos? É esse monte de imposto aí, uma hora acaba dando problema em toda essa venda aí, porque começa a aparecer. E a gente tem medo de problema. Você acha que a gente não podia fazer uma puta de uma propaganda na televisão aí? Você acha que nós não temos recurso pra fazer isso aí? E fazer e vender e mandar pra todo lado, mas rapaz do céu! Se eu fizer isso aí acabo tendo que fazer coisa do diabo, aí! Então a gente optou por vender só aqui agora, está vendendo bem, normal, nós estamos trabalhando... Você fica com receio de fazer melhorar. Você vê que eles mesmo estão fazendo travar tudo? Então eu estou travado, aqui mesmo nós estamos travados. Então você pode ficar bem ciente que nós estamos travados já. Nós não vendemos pra muito lugar, não fazemos mais, não melhoramos mais, não investimos mais, não investimos em nada mais porque estamos travados. Não podemos abrir, isso aí vai dar problema, então você fica com medo, você acha que nós não podemos ter muito mais

trabalhador aqui? Porque, porque estamos travado. [...] Se não fosse isso tudo aí, nós poderíamos até mesmo dobrar!” (PESQUISA DE CAMPO, Seu Lucio, 2015)

“Aumentaria muito mais. Nossa Senhora!... Falando em todos os impostos, você pega ICMS 25%, PIS, COFINS, depois o selo (IPI), depois você tem gasto com escritório (contabilidade), com energia elétrica, com imposto de propriedade agrícola, aí o que você gasta com combustível, transporte, mecânico, Nossa Senhora!... e tudo isso também está agregado imposto, lá fora agrega imposto e seu custo fica cada vez maior, o serviço vai sair mais caro. Por isso que eu não compro garrafa com nota, compro de “segunda mão”, higienizo elas e reutilizo. É isso tudo que pesa, se não fosse isso aí teria condição de gerar mais emprego, de entrar no mercado, porque cachaça vende. Porra! O que você faz vende! [...] Tudo o que impede é carga de imposto. 99% é carga de imposto!” (PESQUISA DE CAMPO, Seu Jorge, 2015)

De todos os produtores entrevistados estes foram os que se mostraram durante todo o questionário mais à vontade para falar. São eles os que mais conhecem a legislação e possuem experiência quanto aos processos de regulamentação. Por opção, preferem comercializar o produto no local, mas poderiam comercializar em atacado. Mas, como no caso de Seu Lucio, a empresa está inserida no Regime de Lucro Presumido e o comércio em atacado acaba envolvendo alta taxa tributária — destaque especial para o IPI. Outra questão é que a cachaça não pode entrar no Regime do Simples Nacional como já foi demonstrado neste trabalho. Isso inclusive foi destacado por ele, afirmando que seria um grande facilitador.

Quanto ao outro produtor, mesmo com todos os ambientes já muito bem adequados e adaptados para finalizar a regulamentação, ainda não deu baixa na parte de engarrafamento.

A partir disso, o principal questionamento que surge é o seguinte: devido à burocracia e ao alto valor dos impostos, não estariam os produtores dando preferência em comercializar os produtos somente no local justamente por isso, uma forma de diminuir as dificuldades e obter lucro integral pelas vendas? A conclusão obtida é que esses produtores não estão sendo necessariamente oportunistas, buscando vantagens na evasão fiscal ou no descumprimento de leis. E, não necessariamente, a informalidade seja algo imoral. Mas, tendo em vista a quantidade exagerada de empecilhos observados até aqui, a economia informal acaba sendo a única alternativa possível. E, por outro lado, na maioria dos casos estudados, não podemos deixar de considerar que esses agentes exerciam uma atividade que, na maioria dos casos, adquiriu a atribuição de informal a partir da regulamentação do setor e agora buscam adequar-se ou não às novas exigências do mercado e da produção (WILKINSON; MIOR, 1999).

Dessa forma, as conclusões que tenho é que o *habitus* dos produtores, constituído a partir de trajetórias sociais e individuais similares enquanto produtores de cachaça, opera com práticas informais. Se essas práticas foram consideradas informais, para alguns, em determinado momento, mesmo que nem sempre se observa um esforço para regulamentar as atividades, atualizar essas práticas e continuar utilizando-as pode ser a mais fundamental das estratégias de resistência contra um labirinto burocrático, uma legislação que determina tributos abusivos e privilegia grandes destilarias e um mercado excludente e com concorrência desleal. Assim, na maioria das vezes, a legitimação do Estado acaba não sendo considerada uma melhor opção para os produtores, que atuam mesmo na informalidade e de maneira indireta no mercado, única possibilidade possível para continuar possuindo o direito de produzir e comercializar o próprio produto, mesmo dentro de uma localidade e conquistando capitais econômicos considerados ilegítimos pelo Estado e também limitados a uma renda mínima.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A coroa portuguesa, no período colonial, sempre procurou proibir ou taxar a produção de cachaça na colônia, pois ela estava desestabilizando o comércio da bagaceira, destilado alcoólico simples de resíduos do bagaço de uva ou do próprio vinho português. Por outro lado, havia a pretensão de se controlar a embriaguez entre escravos e homens livres que aqui estavam, pois isso acabaria prejudicando a produção de açúcar e depois o trabalho nas minas.

Para compreender o alto percentual de informalidade na produção de cachaça artesanal no país, é necessário primeiro entender, portanto, que essa é uma questão histórica e própria da maneira pela qual os governantes trataram desde a colônia e tratam até o momento a produção da bebida, resultando na própria estrutura que constitui o mercado de cachaça. A atuação das elites coloniais, que sempre buscaram relacionar a cachaça a uma bebida, primeiro de escravos, depois da ralé, resultou em um valor simbólico negativo de um bem que hoje o próprio Estado procura explorar em todo seu potencial de mercado.

O mercado da cachaça é um campo de disputas entre agentes (empresas produtoras) que buscam uma maior aquisição de capitais. O que observamos é que aqueles que possuem mais capitais usam disso para exercer sua força e dominar o campo, influenciando inclusive nas decisões do Estado em relação às regulamentações e leis que regem o mercado, e determinando a posição dos agentes que possuem menos capitais dentro do campo.

A informalidade pode ser assimilada de muitas formas para cada um dos produtores com quem tivemos contato. Mais que isso, a principal ideia defendida é a de que a trajetória de vida e o *habitus* dos produtores influenciam muito na maneira pela qual concebem e compreendem tais questões e, portanto, deveriam ser consideradas para que, mesmo que não ocorra uma reforma na legislação, a iniciativa política por parte do legislativo brasileiro ao menos vote para que as micro e pequenas empresas produtoras de cachaça possam fazer parte do Regime do Simples Nacional. Isso porque com a diminuição da burocracia e dos tributos, como afirmaram todos os produtores que foram estudados, a legalização das atividades produtivas e de comércio deixaria de ser um problema e tornar-se-ia uma solução, para que não precisassem ficar escondidos ou não redundassem em “travados”, como na fala de um dos produtores.

Porém, as questões relacionadas à informalidade estão inseridas também dentro do debate da sociologia rural, que demonstra a forma como as unidades produtivas familiares

atuam e se reproduzem, e elas são também representadas pelos produtores artesanais de cachaça, em sua maioria absoluta. É isso que faz com que Chalita (2008, p. 75) entenda que o incentivo às formas familiares e artesanais de produção (diminuindo o caráter rudimentar da produção), com o objetivo de agregação de valor cultural à bebida, possibilitaria disputar mercado com um projeto global de qualidade, no qual entrariam valorações do ponto de vista ético, social, ambiental e econômico. Isso porque o mercado internacional está cada vez mais sensível a esses atributos e está disposto inclusive a pagar mais pelo produto que se insere em um amplo processo de certificação.

De qualquer forma, cabe unicamente ao governo a execução de políticas públicas que atentem às necessidades mais específicas dos pequenos produtores artesanais familiares para diminuir a informalidade. Tais políticas, em primeiro lugar, precisam levar em conta a própria formação dos agentes produtivos, que foram frutos de um processo de escolarização excludente que não possibilitou, na maioria das vezes, que se tornassem os empresários-modelo considerados também pelo Estado como os que proporcionariam o desenvolvimento rural do país.

Em segundo lugar, é preciso considerar a própria variedade existente entre os chamados produtores familiares. Assim, primeiramente, é preciso evitar pensar o produtor familiar como qualquer outro tipo de profissional e enquadrá-lo em um padrão sustentado pelos mesmos parâmetros do trabalhador urbano. Os componentes culturais dos estilos de vida dos agricultores familiares, associados a práticas econômicas diversificadas, precisam ser considerados, para que não haja critérios de exclusão dentro das próprias políticas públicas, sustentados dentro de modelos de competitividade e produtividade, quase nunca adotados pelos próprios produtores. Os agricultores familiares então, geralmente não constituem um grupo homogêneo e não correspondem a uma classe social preestabelecida, mas possuem uma diversidade social que é produzida pelas diferentes situações e condições de produção a que estão submetidos, como o tamanho da propriedade, o acesso a créditos, valores, saberes, tradições e rede de relações disponível, além da forma como se relacionam com o mercado. As políticas públicas, então, precisam ser voltadas para a ampliação da cidadania e a melhoria das condições de vida e produtivas. Sem isso não há meios das famílias produtivas mudarem a forma como se relacionam com o mercado e com o próprio sistema.

E, por último, as políticas públicas precisariam principalmente atuar diminuindo a burocracia e as taxas tributárias para pequenos produtores. Assim, um apoio logístico que

ocorra junto de incentivos por parte do governo dispensaria inclusive a necessidade de aumento na fiscalização, pois caso obtenha resultados positivos como se espera, é possível que os próprios produtores passem a buscar a regulamentação e deixem de se esconder. Mas, isso dependeria da competitividade tornar-se mais justo e, conseqüentemente, do mercado tornar-se mais promissor, muito contrário do que ocorre hoje.

De qualquer modo, como fora apontado na seção 3 deste trabalho, os últimos meses de 2015 foram marcados por alguns avanços no legislativo, com a aprovação do IPI máximo de 17% para pequenos produtores e a aprovação na câmara e no senado da volta dos pequenos produtores de cachaça para o Regime do Simples Nacional. O projeto de lei aprovado será agora votado mais uma vez na Câmara dos Deputados de forma a analisar as alterações realizadas no Senado. Ainda que mudanças estejam previstas, é necessário que a legislação comece a se adequar à própria realidade dos produtores e não obrigá-los a se adequarem às expectativas do Estado. Para isso, é preciso levar em conta o fato de as atividades do produtor familiar não poderem ser regulamentadas a partir da mesma lógica que normatiza produtores industriais de larga escala.

A questão da informalidade, então, é própria do *habitus* dos produtores e das práticas utilizadas por eles na execução de suas atividades produtivas. A partir do momento em que os interesses e as disposições de alguns produtores passam a ser a regulamentação da produção e dos produtos e, portanto, uma maior concorrência deles no mercado, dentro do qual a força simbólica de uma marca conta muito, por exemplo, é possível que algumas práticas desses produtores tenham sofrido transformações. Dessa forma, é possível que uma nova situação contribua para gerar práticas que possibilitem a assimilação e a adaptação às exigências dadas pelas instituições que regulam o mercado da cachaça, como o MAPA e o INMETRO.

Por outro lado, os produtores que insistem em permanecer na informalidade e comercializar a cachaça dentro de suas próprias localidades, continuariam a preservar velhas práticas ou mesmo criando outras que até mesmo impedem o ajustamento a essas exigências. É importante ressaltar que as práticas tornam-se discordantes, pois os interesses e objetivos passam a ser outros, sendo esses os de promover o produto dentro de um mercado mais competitivo e de se obter mais capitais advindos desse mercado. Justamente pelo fato do mercado ser mais competitivo, o jogo se torna mais dinâmico e passa a exigir dos produtores que aderem a ele outras práticas e maiores investimentos.

Como visto, os produtores que buscaram a regulamentação, devido a suas trajetórias individuais, investiram mais capitais que possibilitaram as mudanças e adequações. Ou, como coloca o próprio Bourdieu (2003), eles aderiram ao jogo investindo, pagando o direito de entrada que consiste no reconhecimento do valor do jogo e no conhecimento dos princípios do jogo, sendo esse a própria regulamentação das atividades e conseqüentemente os capitais adquiridos necessários ao entendimento e a inserção no mercado de modo considerado legítimo. De qualquer modo, o que foi possível identificar é que mesmo aqueles produtores que haviam se regulamentado possuíam estratégias para escaparem sempre que há o interesse ou a necessidade. Um exemplo claro disso pode ser a comercialização do produto sem nota fiscal quando é comercializado no próprio sítio, o que garante além do interesse pelo produto por parte dos consumidores, o próprio ambiente de sociabilidade que os alambiques proporcionam.

Dentro disso, compreende-se que o alto percentual de informalidade na produção artesanal de cachaça se deve justamente às questões relacionadas ao próprio modo de ser dos produtores, concebido por suas histórias de vida e suas trajetórias enquanto produtores. A trajetória dos produtores e a suas disposições adquiridas, seus valores, e seu modo de se relacionar socialmente nos espaços que frequenta, resultam na criação de uma percepção que resulta por sua vez práticas e estratégias necessárias e utilizadas conforme a atual conjuntura. Assim, a legislação que regulamenta as atividades produtivas precisa antes de tudo considerar as formas específicas como esse agente social se insere no mercado e reproduz sua própria existência, algo que depende diretamente das ações econômicas que opera. Caso isso não seja levado em consideração, a legislação sempre atenderá às expectativas dos setores dominantes do mercado, que possuem variadas e expressivas formas de capitais que instantaneamente demonstram vantagens frente aos pequenos produtores. Isso, além de impedir um melhor e significativo aproveitamento de um produto que possui grande potencial econômico, a cachaça de qualidade artesanal, deixa a margem do desenvolvimento um número bastante expressivo de agentes sociais presentes na realidade rural brasileira.

REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, R. **Paradigmas do capitalismo agrário em questão**. 3. ed. São Paulo: Edusp, 2007.
- _____. Os mercados como construções sociais: um aventura antropológica. **Valor Econômico**, 24 ago. 2007. Disponível em: <<http://ricardoabramovay.com/os-mercados-como-construcoes-sociais/>> Acesso em: 01/02/2016.
- _____. **Agricultura familiar e uso do solo**. Rev. São Paulo em perspectiva, Abr/jun, vol. 11, número 2: 73-78, 1997. Disponível em: <http://ricardoabramovay.com/agricultura-familiar-e-uso-do-solo/>> Acesso em: 29/01/2016.
- ANDRADE, C. “Homo sapiens” no mercado. **Valor Econômico**, 24 ago. 2007.
- ANDRADE, O. Manifesto da poesia Pau-Brasil, in **Do Pau-Brasil à antropofagia e às utopias**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1970.
- ARAÚJO, F. B.; SANTOS, M. G.; TOLENTINO, M. A.; FILHO, F. B. C. **A influência da incidência do ipi na formação do preço da Cachaça artesanal**. Disponível em: <<http://www.congressosp.fipecafi.org/web/artigos102010/363.pdf>> Acesso em: 10 de maio de 2015.
- ARROYO, Miguel Gonzalez. CALDART, Roseli Salette. MOLINA, Mônica Castagna (Orgs.) **Por uma educação do campo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.
- ARROYO, Miguel Gonzalez. **Políticas de formação de educadores (as) de campo**. Cad. Cedes, Campinas, vol. 27, n. 72, p. 157-176, maio/ago., 2007.
- AVELAR, L. E.B. **O “sujeito” cachaça e a história “arqueológica”**. ANPUH – XXV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA – Fortaleza, 2009. Disponível em: <<http://anpuh.org/anais/wp-content/uploads/mp/pdf/ANPUH.S25.0286.pdf>> Acesso em: 15 de fevereiro de 2015.
- BAGNASCO, A. Desenvolvimento regional, sociedade local e economia difusa. In: COCCO, G.; URANI, A.; GALVÃO, A. P. (Org.). **Empresários e empregos nos novos territórios produtivos: o caso da terceira Itália**. 2.ed.Rio de Janeiro: DP&A, 2002. p.33-43.
- BARBOZA, R. A. B. **Transferência de tecnologia e atividades de extensão universitária: análise do projeto de Capacitação de Pequenos Produtores de Cachaça do Estado de São Paulo**. 2011. 84f. Tese (Doutorado) – Universidade Estadual Paulista. “Julio de Mesquita Filho”. Faculdade de Ciências Farmacêuticas. Programa de Pós Graduação em Alimento e Nutrição. Araraquara, 2011.
- BECKER, H. S. "Observação Social e Estudos de Casos Sociais" in **Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: Hucitec, 1994.
- BOURDIEU, P. **Razões Práticas: Sobre a teoria da ação**. São Paulo: Papirus editora, 2008.
- _____. **Questões de Sociologia**. Lisboa: Fim de Século – Edições, 2003.

- _____. **Coisas Ditas**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2004.
- _____. **Meditações Pascalinas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001a.
- _____. **As estruturas sociais da economia**. Lisboa: Instituto Piaget, 2001b.
- _____. Sociologia. In: Ortiz, Renato (org.). **Coleção Grandes Cientistas Sociais**, n 39, Editora Ática, São Paulo, 1983.
- CAMARA, M. **Cachaça prazer brasileiro**. Rio de Janeiro: Mauad Editora, 2004.
- CAMARANO, ABRAMOVAY. **Êxodo rural, envelhecimento e masculinização no Brasil: Panorama dos últimos cinquenta anos**. Anal — Encontro Nacional sobre Migração em Curitiba, 1997, p. 303 – 327. Disponível em: <<http://www.abep.nepo.unicamp.br/docs/anais/outros/1EncNacSobreMigracao/AnaisENSMigracaoCuritiba1997p303a327.pdf>> Acesso em: 12 de dezembro de 2015.
- CANDIDO, A. **Os parceiros do Rio Bonito**. São Paulo: Livraria Duas Cidades, 1982.
- CARNEIRO, M. J. Pluriatividade da Agricultura do Brasil: uma reflexão crítica. In.: SCHNEIDER, S. (org.). **A diversidade da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2006.
- _____. Agricultores familiares e pluriatividade: tipologias e políticas. In: **Mundo Rural e tempo presente**. Rio de Janeiro: Mauad e Pronex, 1999. p. 323-344.
- _____. Ruralidade: novas identidades em construção. **Revista Estudos, Sociedade e Agricultura**, 11 de outubro, 1998, p53-75. Disponível em: <<http://r1.ufrj.br/esa/V2/ojs/index.php/esa/article/viewFile/135/131>> Acesso em: 10 de março de 2015.
- CASCUDO, L. da C. **Prelúdio da Cachaça**. Instituto do Açúcar e do Alcool, 1968.
- CASTILHO, A. L. **O partido da terra: como os políticos conquistam o território brasileiro**. São Paulo: Contexto, 2012
- CAVALCANTE, M. S. **A verdadeira história da cachaça**. São Paulo: 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 da cachaça. **Informações Econômicas**, SP, v.38, n.5, maio 2008. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br/ftpica/publicacoes/tec2-0508.pdf>> Acesso em: 10/02/2016.
- CHEN, M. A. La economía informal: definiciones, teorías y políticas. Mujeres en Empleo Informal: Globalizando y Organizando (WIEGO). **Documento de Trabajo de WIEGO** nº 1, 2012. Disponível em: <http://www.inclusivecities.org/wp-content/uploads/2013/06/Chen_WIEGO_WP1_es.pdf> Acesso em: 20 de maio de 2015.

COUTINHO, E. P.; RAMOS, Z. N. S.; ALVES, A. S.; OLIVEIRA, R. E. S. Boas Práticas de Fabricação de Cachaça de Alambique: Visão Técnica Versus Empresarial. **UNOPAR Científica Ciências Biológicas e da Saúde**. v. 14, n. 3, p.165-70. 2012. Acesso em: <<http://www.pgsskroton.com.br/seer/index.php/biologicas/article/viewFile/930/894>> Acesso em: 16/02/2016.

CUNHA, M. I. P. Formalidade e informalidade. Questões e perspectivas. **Etnográfica**, Vol. X (2), 2006, pp. 219-231. Disponível em: <http://ceas.iscte.pt/etnografica/docs/vol_10/N2/Vol_x_N2_01-ManuelaCunha.pdf> Acesso em: 21 de maio de 2015.

DE SOTO, Hernando, **The Other Path**. New York: Harper and Row, 1989.

DIEESE, 2014. **O mercado de trabalho assalariado rural brasileiro**. Estudos e Pesquisas, nº 74, out. 2014. Disponível em: <<http://www.dieese.org.br/estudosepesquisas/2014/estpesq74trabalhoRural.pdf>> Acesso em: 15 de dezembro de 2015.

FELÍCIO, M. J. Paradigma da questão agrária e paradigma do capitalismo agrário. In: Janaína Francisca de Souza Campos Vinha; Estevan Leopoldo de Freitas Coca; Bernardo Mançano Fernandes. (Org.). **Dataluta: questão agrária e coletivo de pensamento**. 1ed.São Paulo: Outras Expressões, 2014, v. 1, p. 17-38.

_____. A conflitualidade dos paradigmas da questão agrária e do capitalismo agrário a partir dos conceitos de agricultor familiar e de camponês. **Campo-Território: revista de geografia agrária**, v. 1, n. 2, p. 14-30, ago. 2006.

FERREIRA, F. J.; BRANDÃO, E. C. Educação do campo: um olhar histórico, uma realidade concreta. **Revista Eletrônica de Educação**. Ano V. No . 09, jul./dez. 2011. Disponível em: <http://www.unifil.br/portal/arquivos/publicacoes/paginas/2012/1/413_546_publicpg.pdf > Acesso em: 13 de julho de 2015.

GORZ, A. **O Imaterial: conhecimento, valor e capital**. São Paulo: Annablume, 2005.

GRAZIANO DA SILVA, J.F. **A nova dinâmica da agricultura brasileira**. Campinas: IE/Unicamp, 1996.

INMETRO. PORTARIA Nº 126 de 24 de junho de 2009. Disponível em: <<http://www.inmetro.gov.br/rtac/pdf/RTAC001497.pdf>> Acesso em 31 de julho de 2015.

INMETRO/MDIC. PORTARIA Nº 276 de 24 de setembro de 2009. Disponível em: <<http://www.inmetro.gov.br/rtac/pdf/RTAC001497.pdf>> Acesso em 31 de julho de 2015.

INMETRO/MDIC. PORTARIA Nº 71 de 15 de março de 2010. Disponível em: <<http://www.inmetro.gov.br/rtac/pdf/RTAC001539.pdf>> Acesso em 31 de julho de 2015.

JANNUZZI, F. Cachaça, a refinada bebida do Brasil. **Outras Palavras: Comunicação Compartilhada e Pós-capitalismo**. 12 de fev., 2016. Disponível em:

<<http://outraspalavras.net/brasil/cachaca-a-refinada-bebida-do-brasil/>> Acesso em: 12/02/2016.

JUNIOR, A. F. S; NETTO, M. B. Por uma educação do campo: percursos históricos e possibilidades. **Entrelaçando - Revista Eletrônica de Culturas e Educação**, No. 3, Ano 2, p. 45-60, Nov. 2011.

LEITE, S. C.. **Escola rural**: urbanização e políticas educacionais. São Paulo: Cortez, 1999.

LIMA, U de A. **Aguardente: fabricação em pequenas destilarias**. FEALQ, 1999.

MACCARI, L. D.B. R. **Cachaça: como legalizar seu empreendimento**: conheça os procedimentos para formalizar sua empresa de produção ou comercialização de cachaça e aguardente de cana. Brasília: Sebrae, 2013a.

MACCARI, L. D.B. R **Certificação de cachaça**: como diferenciar seu produto: conheça os procedimentos para agregar valor a sua cachaça por meio da certificação. Brasília: Sebrae, 2013a.

MACCARI, L. D.B. R. **Tributação da cachaça**: como calcular os tributos: conheça os tributos que incidem na produção e comercialização da cachaça. Brasília: SEBRAE, 2013c.

MAIOR, M. S. **Cachaça**. Paraíba: Colação Canavieira número 3, 1970/71.

MARGARIDO L.A.C., BESKOW P.R., Lopes J.J.C., PARAZZI C., RUAS D.G.G. Prognose da produção de cachaça orgânica na região de Araras. **Semina: Ciências Agrárias**, 2009;30(1):1083-92. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/semagrarias/article/view/4645>> Acesso em: 16/02/2016.

MARTINS, M. L. C.; OLIVEIRA, J. T. G. S. B. **O Programa Nacional de Certificação da Cachaça: uma Estratégia Política para o Consumo**. V ENEC - Encontro Nacional de Estudos do Consumo, 2010.

MARTINS DA SILVA, J. **Cachaça, o mais brasileiro dos prazeres**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2006.

MONTAGNER, A. M. **Trajetórias e biografias**: notas para uma análise bourdieusiana. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 9, nº 17, jan./jun. 2007, p. 240-264

PORTES, A.; HALLER, W. **La Economía Informal**. División de Desarrollo Social – Naciones Unidas / CEPAL. Santiago do Chile, 2004. Disponível em: <<http://www.inpahu.edu.co/biblioteca/imagenes/libros/Informal.pdf>> Acesso em: 20 de maio de 2015.

PORTES, Alejandro, Manuel CASTELLS and Lauren BENTON, *The Informal Economy: Studies in Advanced and Less Developed Countries*. Baltimore and London: The Johns Hopkins University Press, 1989. Resenha de: JOSÉ A. ALONSO. **Revista Estudios Sociológicos** VIII: 22, p. 191-197. 1990.

- REDIN, E.; SILVEIRA, P. R.C. **Juventude rural: experiências e perspectivas**. In: SANTOS, V. F.; VELA, H. A. G.; SILVEIRA, P. R. C. Educação rural no mundo contemporâneo. Santa Maria: UFSM, 2012: 175-208
- REDIN, E; SILVEIRA, P.R. C; GUIMARÃES, G.M; SANTOS, V.F. Juventude rural e novas formas de sociabilidade mediadas pelas TICS. **Signos do consumo**, v.5, n.2, p. 225-244, 2013.
- RIBEIRO DOS SANTOS, J. Da educação rural à educação do campo: um enfoque sobre as classes multisseriadas. **IV Colóquio Internacional Educação e Contemporaneidade**. Laranjeiras / SE, 2010.
- ROTA, M. B. **Efeito da bidestilação na qualidade sensorial da cachaça**. 2008. 60f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual Paulista. “Julio de Mesquita Filho”. Faculdade de Ciências Farmacêuticas. Programa de Pós Graduação em Alimento e Nutrição. Araraquara, 2008.
- SAPIA DE CAMPOS, R. L. **Capitalismo cognitivo e a dinâmica da pequena produção agrícola “alternativa” no contexto “local” de Araraquara: o caso do SAI – Sistema Agroindustrial do SEBRAE/SP**. Projeto de pesquisa Jovem Pesquisador, UNESP/FCL/Ar, São Paulo, 2010.
- SCHNEIDER, S. et al. A pluriatividade e as condições de vida dos agricultores familiares do Rio Grande do Sul. In: **A Diversidade da Agricultura Familiar**”. Porto Alegre, Editora da UFRGS, 2006, p. 137-165. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/pgdr/arquivos/397.pdf>> Acesso em: 10 de julho de 2015.
- SEBRAE, SP. **Cachaça Artesanal: Série Estudos Mercadológicos**. São Paulo, 2012. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/444c2683e8debad2d7f38f49e848f449/\\$File/4248.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/444c2683e8debad2d7f38f49e848f449/$File/4248.pdf)> Acesso em: 31 de Julho de 2015.
- SEBRAE – **Perfil do produtor rural**, 2012. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/perfil_do_produto_rural_-_2012_.pdf> Acesso em: 31 de Julho de 2015.
- SEBRAE. **Certificação da Cachaça de Alambique**. 2009. <Acesso em: 31 de Julho de 2015.
- SEBRAE. **Cachaça Artesanal**. Estudos de Mercado SEBRAE / ESPM, 2008. <[http://201.2.114.147/bds/bds.nsf/32D45A5E7EE50293832574DC004574B0/\\$File/NT0003905A.pdf](http://201.2.114.147/bds/bds.nsf/32D45A5E7EE50293832574DC004574B0/$File/NT0003905A.pdf)> Acesso em: 31 de Julho de 2015.
- SEBRAE, MG. **Plano de reestruturação da cadeia da cachaça de alambique de Minas Gerais**. Minas Gerais, 2002.
- SEBRAE, SC. **Registro de estabelecimento produtor de aguardente**. Santa Catarina, s.d. <<http://www.sebrae-sc.com.br/Leis/default.asp?vcdtexto=4141&%5E%5E>> Acesso em: 03 de Março de 2016.

- SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial)/SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). **Elementos de apoio para o sistema APPCC**. Série qualidade e segurança alimentar. Projeto APPCC indústria. Convênio CNI/SENAI/SEBRAE. 2000a. 2. ed. Brasília: SENAI/DN. 361 p.
- SETTON, M. G. J. A teoria do *habitus* em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea. **Revista Brasileira de Educação**, nº 20, Maio/Jun/Jul/Ago. São Paulo, 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n20/n20a05>> Acesso em: 23 de Junho de 2015.
- SILVA, G. Sobre a “tropicalização” da experiência dos distritos industriais italianos. In: COCCO, G.; URANI, A.; GALVÃO, A. P. (Org.). **Empresários e empregos nos novos territórios produtivos: o caso da terceira Itália**. 2.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002. p.253-269.
- SINGER, P. **Aprender Economia**. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- SORATTO A. N.; VARVAKISII G.; HORII. J. **A certificação agregando valor à cachaça do Brasil**. Ciência e Tecnologia de Alimentos, Campinas, v.27, n.4, out./dez. 2007.
- SILVA. J. M. **Cachaça: o mais brasileiro dos prazeres**. Editora Anhembi Morumbi Ltda. São Paulo, 2006.
- SOUZA, L. M. et al.. **Produção de cachaça de qualidade**. Piracicaba: ESALQ, 2013.
- SOUZA, M. A. Educação do campo: políticas, práticas pedagógicas e produção científica. **Educação & Sociedade**, Campinas, vol. 29, n. 105, p. 1089-1111, set./dez. 2008. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/es/v29n105/v29n105a08.pdf> > Acesso em: 02/02/2016.
- TRINDADE, A. G. **Cachaça, um amor brasileiro**. São Paulo: Melhoramentos, 2006.
- VEIGA, J. E. **O desenvolvimento agrícola: uma visão histórica**. São Paulo: Ed. Hucitec / Edusp, 1991.
- VERDI, A. R. **Dinâmicas e perspectivas do mercado de cachaça**. Informações Econômicas, São Paulo, v.36, n.2, p.93-8, fev. 2006.
- VIDAL, M. F.; GONÇALVES, M. F. Produção de cachaça na área de jurisdição do BNB: mercado e estrutura da cadeia produtiva. **XLVI da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural**. Rio Branco, 2008.
- VILELA, A. F. **Estudo da adequação de critérios de boas práticas de fabricação na avaliação de fábricas de cachaça de alambique**. (2005). 95 f. Dissertação (Mestrado em Ciência de Alimentos) – Faculdade de Farmácia, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG. 2005.

WANDERLEY, M. N. B. O agricultor familiar no Brasil: um ator social da construção do futuro. In: PETERSEN, Paulo (org.) **Revista Agriculturas**: Souza, L. M. et al **experiências em agroecologia**. Disponível em: <<http://www.aspta.org.br>> p. 33 a 46, 2009.

_____. Agricultura familiar e campesinato: rupturas e continuidade. **Estudos Sociedade e Agricultura** (UFRJ), v. 21, 2004, p. 42-61.

WEIMANN, E. **Cachaça, a bebida brasileira**. 2. ed. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2009.

WILKINSON, J.; MIOR, L. C. Setor informal, produção familiar e pequena agroindústria: interfaces. **Estudos Sociedade e Agricultura**, 13, outubro, p. 29-45, 1999.

ZAGO, N; BORDIGNON, C. **Juventude rural no contexto da agricultura familiar**: migração e investimento nos estudos. IX Seminário de Pesquisa em Educação da Região Sul, 2012. Disponível em: <[http://www.portalanpedsul.com.br/admin/uploads/2012/Psicologia da Educacao/Trabalho/06_38_40_1096-7351-1-PB.pdf](http://www.portalanpedsul.com.br/admin/uploads/2012/Psicologia_da_Educacao/Trabalho/06_38_40_1096-7351-1-PB.pdf)> Acesso em: 01 de fevereiro de 2016.

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. **Diário Oficial da União**: República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 04 jul. 1994. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8918.htm>. Acesso em: 31 de julho de 2015.

BRASIL. LEI Nº 7.798, de 10 de julho de 1989. Altera a legislação do Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI e dá outras providências. **Diário Oficial da União**: República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 10 jul. 1989. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1989/lei-7798-10-julho-1989-375883-normaatualizada-pl.html>>. Acesso em: 31 de julho de 2015.

BRASIL. LEI COMPLEMENTAR Nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis nº8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei nº 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar nº 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis nº 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999.. **Diário Oficial da União**: República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 14 dez. 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm>. Acesso em: 31 de julho de 2015.

BRASIL. LEI COMPLEMENTAR Nº 87, de 13 de setembro de 1996. Dispõe sobre o imposto dos Estados e do Distrito Federal sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação, e dá outras providências (LEI KANDIR). **Diário Oficial da União**: República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 13 set. 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp87.htm>. Acesso em: 31 de julho de 2015.

BRASIL. DECRETO Nº 7.660, de 23 de dezembro de 2011. prova a Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados - TIPI. **Diário Oficial da União**: República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 23 dez.. 2011. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2011/decreto/d7660.htm>. Acesso em: 31 de julho de 2015.

BRASIL. DECRETO Nº 7.212, de 15 de junho de 2010. Regulamenta a cobrança, fiscalização, arrecadação e administração do Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI. **Diário Oficial da União**: República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 15 jul. 2010. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2010/decreto/d7212.htm>. Acesso em: 31 de julho de 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. **Diário Oficial da União**: República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 4 jul. 2009. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Ato2007-2010/2009/Decreto/D6871.htm>. Acesso em: 31 de julho de 2015.

BRASIL. INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 19, de 15 de dezembro de 2003. **Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento**. 15 dez. 2003. Disponível em: <<http://sistemasweb.agricultura.gov.br/sislegis/action/detalhaAto.do?method=visualizarAtPortalMapa&chave=251902692>>. Acesso em: 31 de julho de 2015.

BRASIL. INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 5, de 31 de março de 2000. **Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento**. 31 mar. 2000. Disponível em: <<http://extranet.agricultura.gov.br/sislegis-consulta/consultarLegislacao.do?operacao=visualizar&id=3375>>. Acesso em: 31 de julho de 2015.

BRASIL. INSTRUÇÃO NORMATIVA 13, de 29 de junho de 2005. **Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento**. 29 jun. 2005. Disponível em: <<http://extranet.agricultura.gov.br/sislegis-consulta/consultarLegislacao.do?operacao=visualizar&id=12386>>. Acesso em: 31 de julho de 2015.

BRASIL. INSTRUÇÃO NORMATIVA RFB Nº 1432, de 26 de dezembro de 2013. **Secretaria da Receita Federal**. 26 dez. 2013. Disponível em: <<http://sijut2.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?&visao=original&idAto=48865>>. Acesso em: 31 de julho de 2015.

LEI ESTADUAL Nº 6.374, de 01 de março de 1989. Dispõe sobre a instituição do ICMS. **Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo**. 01 mar. 1989. Disponível em: <<http://www.al.sp.gov.br/norma/?id=25030>> Acesso em: 31 de julho de 2015.

Apêndice A — Fotografias

Fotografias

Fotos 9 e 10. Sítio São Francisco - Cachaça Beija-Flor (Guarapiranga - SP)



Foto 11. Casa da Cachaça (Brotas-SP)



Produtor e garrafas de cachaça

Fotos 12, 13 e 14. Produtor da Cachaça Beija-Flor e Cachaça Vanalli, Sr. Luiz Antonio Vanalli (Guarapiranga – SP)



Apêndice B — Questionário

QUESTIONÁRIO

Data: _____

Perfil dos produtores

1. Nome do Alambique: _____

2. Nome comercial do produto: _____

3. Nome do produtor: _____

4. Idade/ data de nascimento: _____

5. Endereço: _____

6. Fone(s): _____

7. Email: _____

8. Escolaridade:

Ensino fundamental

Ensino médio

Ensino médio técnico

Tecnólogo

Graduação

Pós- graduação

Curso/área: _____

9. Reside na propriedade ou em outro local? Onde?

R: _____

10. Extensão da propriedade (em hectares):

R: _____

11. Exerce outra atividade econômica além da produção de cachaça? Se sim, qual(is) atividades?

Sim

Não

12. Produzir e vender cachaça são a atividade principal? Quanto do seu tempo de trabalho é dedicado a ela? E é ela que representa a principal renda familiar?

R: _____

A produção de cachaça

13. Como e quando começou a produzir? Um pouco de história.

R: _____

14. Qual o tipo de destilação?

Alambique

Coluna

15. Quanto produz anualmente?

R: _____

16. De que forma se organiza o trabalho?

Familiar

Contrato temporário

Diaristas

Assalariado Mensal (com registro em carteira)

Pareceria

Meiação

Outros. _____

17. Como você aprendeu a produzir cachaça?

R: _____

18. Qual o tipo de cachaça que você sempre tem para venda?

R: _____

O comércio da cachaça

14. Qual o seu círculo de mercado (local, regional, nacional ou internacional)?

R: _____

15. Quem compra sua cachaça?

R: _____

16. Onde ela é comercializada?

- Atacado
- Distribuidoras
- Bares
- Lojas
- Mercados
- Supermercados

Exigem nota fiscal?

- Sim
- Não

17. O que determina o preço de venda do produto (comprador, concorrência, marca, raridade)?

R: _____

18. Indique o preço médio do seu produto (R\$/lts)

R: _____

19. Faz propaganda ou divulgação do produto? Quais as formas que utiliza?

R: _____

20. Como se organiza o gerenciamento da atividade, no que se refere ao controle produtivo, de vendas, desperdícios, custos, etc?

R: _____

No que se refere à informalidade

21. Possui registro no Ministério da Agricultura ou em algum outro órgão para vender o seu produto? (Sim / Não e os motivos?)

R: _____

23. Quais as principais dificuldades em se regulamentar?

R: _____

24. (*Pergunta para os regulamentados*) Com a regulamentação, houve mudança na rotina de trabalho e da família propriamente?

R: _____

25. (*Pergunta para os regulamentados*) Com a regulamentação, houve aumento ou diminuição na produção e nas vendas? Se não fosse pela alta tributação aumentaria a produção?

R: _____

26. Não seria mais vantajoso registrar o seu produto?

R: _____

27. Está inserido em alguma associação de produtores?

R: _____

28. Já teve contato ou auxílio com profissionais de órgãos de fomento como o SEBRAE ou de universidades (pesquisadores)? Quais e no que eles auxiliaram (se auxiliaram)?

R: _____

29. Tem percebido maior aceitação da cachaça como bebida de qualidade nos últimos anos?

R: _____

30. Está notando mudanças naqueles que compram sua cachaça?

R: _____

31. Você se considera um empresário rural?

R: _____

32. Como você entende o mercado regulamentado?

R: _____

33. Permanecer produzindo cachaça é sua vontade ou gostaria de mudar, exercer outra atividade produtiva?

R: _____
