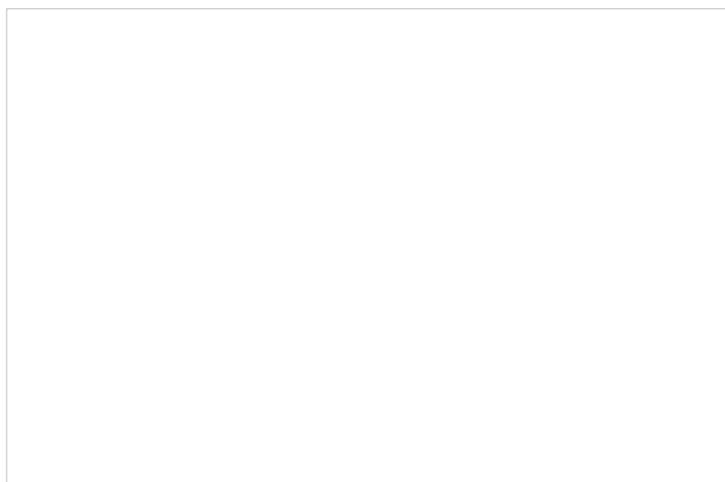


13/09/2019 15:54 - No Dia da Cachaça, setor busca reconhecimento como símbolo nacional



Branquinha, a bendita, água-que-passarinho-não-bebe, pinga, mé, caninha, levanta-velho, danada. A lista de sinônimos é extensa, a cachaça está presente de várias formas no vocabulário e na história do Brasil. Mesmo com espaço para crescimento, a produção da bebida vem se mantendo estável nos últimos anos e ficou em torno de 700 milhões a 800 milhões em 2018. No Dia Nacional da Cachaça, celebrado nesta sexta-feira (13), o setor ainda busca o reconhecimento e a valorização da cachaça como produto típico e símbolo nacional.

Para o diretor-executivo do Instituto Brasileiro da Cachaça (Ibrac), Carlos Lima, a bebida ainda é uma grande desconhecida da população. “O brasileiro ainda não conhece a versatilidade, a riqueza que existe por trás da bebida. Ainda existe aquela marginalização da cachaça e um grande

preconceito. As pessoas ainda preferem beber outros tipos de bebida porque acham que dá mais glamour do que beber uma bebida de qualidade, que é um produto exclusivo do Brasil”, disse.

De acordo com Lima, é um desafio de toda a cadeia produtiva promover a cachaça para o público, inclusive bares e restaurantes. “Muitas vezes, a pessoa que está fazendo o serviço, que está oferecendo o produto, ela mesma não conhece essa riqueza e versatilidade ou já parte do princípio que o consumidor não vai consumir uma cachaça e acaba oferecendo outros tipos de bebida”, explicou.

Ele destaca, entretanto, que já existem estabelecimentos e confrarias de consumidores que desempenham um papel importante de elevar o status da cachaça, assim como eventos gastronômicos. “A caipirinha tem um papel extremamente importante de difundir a cachaça, só que hoje é algo muito além. A bebida vem sendo consumida pura e de outras formas, inclusive na criação de novos drinks e em drinks tradicionais substituindo outros destilados. A gente vem observando nos últimos anos essa mudança de consumo”, disse.

O desenvolvimento de novos produtos pelas empresas e o trabalho da academia na inovação e correção de processos de produção também são lembrados por Lima no trabalho de valorização da cadeia. “Mas, apesar de ser um produto produzido de norte a sul, ainda não existe uma rede nacional de tecnologia da cachaça e que seria importante para o auxílio ao micro e pequeno produtor”, ressalta.

Mapa da Cachaça

Desenvolvida nos tempos em que o Brasil ainda era colônia portuguesa, a bebida esteve presente em momentos como a Inconfidência Mineira e durante a escravidão e também está na música e na culinária brasileiras. Para divulgar a cultura e a história que envolve esse destilado, Felipe Jannuzzi e alguns colegas criaram, em 2010, o Mapa da Cachaça, site com guias, receitas e artigos sobre a bebida.

Formado em comunicação, Felipe viaja pelo Brasil, conhecendo alambiques e pesquisando os aromas e sabores da cachaça. Em entrevista à Agência Brasil, ele explicou que o objetivo é inserir a cachaça na internet como patrimônio dos brasileiros e que a equipe está lançando agora a versão do site em inglês. “Conheci gente incrível. É uma bebida que tem uma grande diversidade de sabores. A cachaça produzida em Paraty é diferente da produzida na Serra Gaúcha, por exemplo. Eu fui aprendendo com o tempo, então o que começou como projeto cultural, acabou virando também um projeto sensorial do Brasil”, disse.

De acordo com Felipe, a paleta de sabores da cachaça se dá pela diversidade de madeiras utilizadas no seu envelhecimento. Ele explicou que a bebida pode ser tomada branca depois da destilação ou passar por madeiras. “O mundo inteiro faz isso com carvalho, uma madeira do hemisfério norte. A cachaça pode passar pelo carvalho, mas passa também por mais de 30 madeiras brasileiras. Isso está muito ligado à acessibilidade dessa madeira nos locais de produção”, explicou.

Felipe contou que na Paraíba, por exemplo, a madeira do freijó é muito utilizada; em Salinas (MG), é o bálsamo; e em São Paulo e no interior do Rio de Janeiro se usa o jequitibá ou uma madeira chamada amendoim.

Em 2012, o Mapa da Cachaça foi reconhecido pelo extinto Ministério da Cultura (MinC) como o melhor projeto de mapeamento cultural do Brasil, e em 2014 venceu um edital do MinC e da Embratur para representar a gastronomia brasileira durante a Copa do Mundo por meio de livros, vídeos e eventos.

O Dia Nacional da Cachaça foi criado em 2009 pelo Ibrac em homenagem à data em que a bebida passou a ser oficialmente liberada pela Coroa Portuguesa para fabricação e venda no Brasil: 13 de setembro de 1661. A rebelião ocorrida no Rio de Janeiro à época,

conhecida como a Revolta da Cachaça, levou à legalização da bebida, proibida até então.

Mercado

A capacidade instalada de produção de cachaça atinge 1,2 bilhão de litros no país, enquanto a produção efetiva fica em torno de 700 milhões a 800 milhões por ano. Apenas 1% do que é produzido é exportado. Em 2018, a cachaça gerou receita de US\$ 15,61 milhões (8,4 milhões de litros) em exportações. Atualmente, a bebida é exportada para mais de 60 países.

São mais de 6,3 mil marcas registradas, entre cachaça e aguardente, no setor que gera cerca de 600 mil empregos diretos e indiretos. Carlos Lima, do Ibrac, destaca também a cadeia por trás da cachaça, de geração de renda e fixação do homem no campo, e avalia que, apesar do grande mercado da cachaça estar dentro do país, o volume exportado está aquém do potencial.

Entretanto, os investimentos no setor esbarram na alta carga tributária, que chega a 82% para a cachaça. Segundo o diretor-executivo do Ibrac, a inclusão de pequenas empresas do setor no Simples Nacional, regime tributário simplificado, em 2016, deu um alento, mas grande parcela do volume de produção ainda está sujeito a uma carga tributária elevada.

No ano passado, o instituto lançou um manifesto reivindicando políticas públicas que ajudem o mercado a crescer. Entre elas, o combate à clandestinidade e à informalidade, superior a 85%, segundo o setor, a reavaliação da carga tributária sobre a bebida e a ampliação dos esforços de promoção e de proteção do produto.

Nesse último ponto, este ano a cachaça ganhou o reconhecimento e proteção da Indicação Geográfica da cachaça pela União Europeia, com a assinatura do acordo entre Mercosul e o bloco europeu. As reduções de tarifas também tendem a facilitar os negócios com esse competitivo mercado. Até então, apenas quatro países protegiam a denominação da cachaça: Colômbia, Estados Unidos, México e Chile.

De acordo com Lima, mais importante que o ganho monetário, é a proteção intangível desse ativo que é a cachaça. “Ter a União Europeia reconhecendo a cachaça é como se mandasse uma mensagem do local onde é o berço das indicações geográficas, que existem as mais emblemáticas, como champagne, scotch whisky, produtos alimentícios como parma. E eles reconhecem a cachaça, isso é extremamente importante”, disse.

“A indicação geográfica tem o papel de evitar o uso indevido da denominação por terceiros, por produtos que não são originários do Brasil”, explicou.

Fonte: Agência Brasil