

CACHAÇA: DA SENZALA A SÍMBOLO DE BRASILIDADE.

Floriana Rosa da Silva

Doutoranda em História pela Universidade Federal de Uberlândia, integrante do

DOCPOP- Laboratório de Pesquisa em Cultura Popular e Vídeo Documentário,

Professora da Rede Estadual de Ensino do Estado de Minas Gerais

flordahistoria@yahoo.com.br

De “cagaça”¹ a cachaça foi um pulo. No século XVI a cachaça era moeda corrente na compra de escravos na África. Em Minas Gerais, após a descoberta do ouro, a cachaça foi usada pela população oriunda de todas as partes do país para amenizar a baixa temperatura das Montanhas da Serra do Espinhaço. A bebida passa a disputar mercado com os vinhos portugueses e, por diversas vezes, a cachaça teve sua produção, seu comércio e até consumo proibido pela corte portuguesa, o que foi em vão. Era acusada de prejudicar a retirada do ouro das minas. Sem resultados, a Metrópole portuguesa resolve taxar o destilado, que passou a dar significativa contribuição aos cofres da coroa.²

A cachaça, considerada um estimulante, era oferecida aos escravos logo pela manhã, uma vez que ela combatia a friagem das minas de ouro úmidas, afastando diversos males e proporcionando ânimo ao trabalhador sem perspectivas. Para muitos, a cachaça esquenta o corpo e acalenta a alma.³

As técnicas de fabricação da cachaça foram sendo aperfeiçoadas e sua qualidade melhorando, o que fez o consumo crescer rapidamente e em pouco tempo a bebida passou a ser apreciada por todos. Passada de copo em copo, de boca em boca, bem como as gingas, as piadas, os versos ditos e repetidos delinearão a cultura da cachaça no imaginário social, tornando assim alimento, remédio, diversão. Ao sair da senzala, foi direto para a mesa dos senhores-de-engenho e banquetes palacianos.⁴

Por outro lado, a cachaça também esteve presente nos mais importantes momentos da vida nacional. Foi símbolo de “brasilidade” e de resistência à dominação de Portugal durante a Inconfidência Mineira no século XVIII e na Revolução Pernambucana na segunda década do século XIX. De genuína cachaça, foi transformada

em Sangue de Cristo, pois esta foi a forma encontrada pelo padre João Ribeiro Pessoa para demonstrar aos fiéis seu apoio às causas da Revolução Pernambucana em 1817. Durante a celebração da Santa Missa, o padre substituiu o vinho do porto pela cachaça.⁵

A Independência do Brasil foi brindada com cachaça por Dom Pedro I e este gesto foi repetido pelo ex-presidente Fernando Henrique Cardoso durante as comemorações dos 500 anos do descobrimento do Brasil.⁶

“Cabe aqui, timidamente, lembrar que todo povo possui seu vinho. Vinhos de uva, arroz, milho (...) aguardente do bagaço da uva, bagaceira portuguesa; do mel da cana destilado, cachaça, a mais popular bebida do Brasil”⁷. Homens e mulheres, cada qual a seu tempo e a seu modo, têm algum tipo de bebida, fumo, algo estimulante e ou embriagante buscando na natureza, no tipo de clima, na qualidade do solo, na conjuntura econômica e política, na tradição e cultura, o produto que melhor convir para atender esta necessidade. Já no Brasil, desde o século XVI até nossos dias, a cachaça tem exercido papel semelhante ao da cerveja na Inglaterra e de muitas outras bebidas em diversas outras sociedades.

O caráter de nacionalidade brasileira que foi sendo agregado à cachaça está hoje em evidência e ela vem conquistando uma parcela crescente do mercado nacional e internacional de bebida destilada, tanto por ser considerada exótica como pelo seu sabor especial.⁸ Atualmente, a cachaça permeia os drinks sofisticados de uma sociedade pós-moderna efêmera, cada vez mais exigente, mantendo-se firme nos hábitos cotidianos tanto de uma elite privilegiada como também das pessoas menos favorecidas economicamente.

Diversificaram-se as formas de produção, comercialização e consumo da cachaça, o que é perfeitamente compreensível, uma vez que é preciso considerar a adaptação da cultura às necessidades do presente e nela a aceitação da cachaça nos diferentes meios sociais. Assim, a sua freqüente presença em diversas festas populares como folias de reis, festas juninas, pagodes, mutirões, entre outros, tem extrapolado para ambientes mais refinados, assumindo sua condição de bebida nacional e se firmando no seio das camadas mais exigentes da sociedade brasileira.

Na primeira metade do século XX houve uma relevante sucessão de obras intelectuais que apontavam para uma transformação na historiografia brasileira. Vamos citar aqui algumas que, possivelmente, estimulou o interesse pelo Brasil. O primeiro deles, *Casa-grande e senzala*, de Gilberto Freyre⁹, trata da formação social brasileira, o segundo, *Raízes do Brasil*, de Sérgio Buarque de Holanda,¹⁰ mostra o caráter da nossa gente, contribuindo para a compreensão do universo cultural do Brasil e o terceiro, ainda referente à historiografia, foi *Formação do Brasil Contemporâneo*, de Caio Prado Junior,¹¹ dentre outras que reformulava análise renovadora da realidade histórica do país.

No que se refere à cachaça, foram publicados, a partir da década de 1940, tanto livros quanto artigos em revistas e jornais tratando o tema, entre os autores destacam-se: Câmara Cascudo,¹² Gilberto Freyre,¹³ José Calasans,¹⁴ entre outros que se dedicaram a desvendar e registrar a importância cultural, econômica e histórica da cachaça para o Brasil. Além disso, o tema é destaque e pode ser verificado por sua presença na literatura, na música, na cultura popular e no folclore.

No entanto, apesar de todo trabalho historiográfico, literário e folclórico produzido, nenhum se dedicou especificamente em trabalhar a trajetória da cachaça na história do Brasil. Em busca de contextualiza este trabalho é importante refazer a trajetória histórica em que a cachaça aparece, destacando seus modos de produção artesanal, os interesses econômicos, sociais e políticos que levaram diversas vezes à proibição da produção, comércio e consumo da bebida, a diversidade cultural, apontando os momentos e as formas com que ela aparece no cotidiano da sociedade brasileira.

Para isso, partiremos de obras de historiadores que trabalharam a história econômica, política e social brasileira. Essas obras, embora não tratem especificamente da aguardente, trabalham os engenhos, as relações de poder, as condições de vida no Brasil colônia, sendo pertinentes para as questões que o trabalho de pesquisa propõe investigar. Além dos historiadores, travaremos um diálogo com o trabalho dos memorialistas e folcloristas que trabalharam diretamente com o tema, ainda que de forma fragmentada.

Na segunda metade do século XX, o Brasil ficou marcado, sobretudo, pelo crescimento industrial. Foi este um momento de forte crescimento da indústria de aguardente no Brasil, como a Companhia Muller de Bebidas, fundada na década de 1950, nada menos que a maior produtora de aguardente de cana-de-açúcar do país, e responsável pela produção da marca “cachaça 51”.¹⁵

A produção da cachaça industrial é realizada em larga escala com modernas tecnologias e colunas de destilação com sofisticados recursos de análises química e biológica, permite ainda acrescentar à bebida outras substâncias para obter a tonalidade, buquê, e sabor pretendido. Em 2003 a marca “cachaça 51” ficou sozinha com uma parcela de 17% do mercado nacional e continua a líder em vendas do setor desde a década de 1970.¹⁶

O slogan “uma boa idéia” consagrou a marca “cachaça 51”. A Companhia Muller de Bebidas “se vangloria de ter sido a primeira fabricante de aguardentes a ter dado um tratamento profissional à comunicação de massa”, em 1991 gastava cerca de US\$ 6 milhões só em publicidade. Em 1990 a “cachaça 51” virou até música gravada em ritmo de samba pelo grupo “Demônios da Garoa”, muito tocada nas AM da cidade de São Paulo.¹⁷

Certamente o uso dos meios de comunicação de massa tenha sido determinante no sucesso da cachaça 51, uma vez que esta não é tida pelos consumidores como uma das melhores (em qualidade e sabor) marcas de aguardente de cana. Só uma empresa capaz de produzir muito, e em condições de dispor de tamanho investimento em marketing e propaganda pode dominar uma fatia tão considerável do mercado consumidor.

A partir dos anos 1980, houve um interesse maior do governo na produção da cachaça, investimentos em pesquisas científicas buscando controlar a produção artesanal e melhorar a qualidade do produto, e ainda a criação de órgãos para cuidar deste setor da agroindústria. A partir de um estudo setorial em 1982, promovido pelo INDI - Instituto de Desenvolvimento de Minas Gerais - descobre-se espaço para um “novo” mercado, para um “novo” produto que vai levar à institucionalização da cachaça nos anos que se seguem.

Observamos, a partir de então, a criação de várias instituições no ramo, entre elas, a Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade (AMPAQ) em 1988, o pró-cachaça e o Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Cachaça (PBDAC) em 1992, para em 2001 termos o decreto federal – denominação e origem da palavra “Cachaça, Brasil, Cachaça do Brasil,” o plano de reestruturação da cadeia produtiva, e ainda o decreto da cachaça de minas. A cachaça se mostrava como um produto em potencial para a exportação, um ramo economicamente promissor e daí a sua institucionalização.¹⁸

A partir de 1980 a cachaça entra em uma nova fase, com publicações de uma literatura muito diferente da produzida até então. O interesse agora volta se para as produções técnico-científicas, como o publicado na revista Pesquisa FAPESP, Ciências e Tecnologia,¹⁹ que traz uma reportagem que compara a cachaça com uísques, demonstrando quimicamente que a bebida brasileira tem menos aldeídos, substância responsável pela ressaca, assim sendo justifica-se a elitização da bebida e incentiva-se sua exportação.

A Série Perfis agroindustriais – 4, traz como tema: Produção de Aguardente de Cana –,²⁰ onde é descrito todo o processo de produção e comercialização da cachaça visando o desenvolvimento agroindustrial, o que tornara possível a comparação dos processos de produção industrial, artesanal e rudimentar e caseiro.

A cachaça agora persegue os padrões dos uísques importados, e vários pesquisadores têm se empenhado em investigações que contribuam para este fim. A bebida tida como exótica, está sendo diretamente relacionada a história do Brasil, à tradições rurais, a identidade, nacionalidade, e ao turismo, tendo se mostrado um lucrativo meio de renda. Cresce a cada dia o consumo e a exportação do produto, que vem sendo melhorado continuamente para atender aos gostos mais apurados do mercado, foi transformada na grande vedete de feiras e exposições do ramo.

De “cagaça” no século XVI, a cachaça, segue em firmes passos adentrando com opulência o século XXI, tendo se revelado em um “BUM” econômico, em setor promissor da economia nacional. Aliás, a cachaça, a partir do século XVI, sempre teve relevante importância na economia e na cultura brasileira, e tem se revelado hoje em um

produto de alta aceitação tanto no mercado nacional quanto no exterior, daí os investimentos e a promessa de prosperidade econômica em torno dela.

A pesquisa buscará identificar, partindo das fontes orais, entrevistas, reportagens em jornais, propagandas da bebida, rótulos, das grandiosas feiras e exposições, este momento de forte industrialização no pós 1980 à 2005. Estará em destaque a cachaça enquanto símbolo de identidade cultural, nacionalidade brasileira e tradição rural. As artimanhas usadas por determinados grupos que buscam nestes conceitos o incentivo, o motivo, a justificativa para o consumo da bebida, levando a aguardente a cambiar de um subproduto da cana de açúcar a símbolo de nacionalidade. Desta forma, ao comercializar a bebida, a indústria vende mais que um simples produto, mais que uma garrafa de cachaça, vende a imagem de tradição, cultura e identidade.

O cenário brasileiro constitui um espaço privilegiado para a pesquisa uma vez que apesar de ter passado por mudanças rápidas de urbanização e desenvolvimento tecnológico, traz, ainda hoje, viva no seio da sociedade, uma tradição secular (com força de leis) que vem sendo praticada, vivida, criada e reinventada no cotidiano dos diferentes sujeitos. Por todo o Brasil ela é aclamada, fala-se de seus inúmeros usos, dos benefícios e malefícios da cachaça. Mantêm-se aqui tradicionais modos de comercialização e produção artesanal da cachaça paralelo aos modernos, sofisticados e altamente industrializados. Neste espaço, misturam-se as identidades urbanas e rurais, mantêm-se e criam-se novas formas de consumo desta bebida, fortificando seu caráter de socialização. Justifica-se, assim, a relevância do trabalho que ora proponho.

¹ Uma das primeiras denominações dada a uma espécie de garapa, que era fornecida como ração aos animais, especialmente às cabras. Posteriormente com o processo de fermentação e destilação chegou-se a cachaça.

² ALMEIDA, Rômulo de. História da Cachaça: Um cálice de história. Disponível em: <www.cachaca.com.br> Acesso: 11/06/2003. (ALMEIDA, 2003)

³ Idem.

⁴ VASCONCELOS, Yuri. Cachaça sem Mistério. In: **Ciências e Tecnologia no Brasil, PESQUISA FAPESP**. Maio de 2003. (VASCONCELOS, 2003; p.74-77)

⁵ Idem; p.74-77.

⁶ Ibidem; p.74-77.

⁷ CASCUDO, Luis da Câmara. **História da alimentação no Brasil**. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia; São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1983 (CASCUDO, 1983: p. 35).

⁸ OLIVEIRA, Evelyn de Souza. **Características fermentativas, formação de compostos voláteis e qualidade da aguardente de cana obtida por linhagens de leveduras isoladas de destilarias artesanais**. Imprensa Campinas, SP: [sn]. 2001; p.8.

⁹ FREYRE, Gilberto. **Casa grande e senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal**. 27 ed, Rio de Janeiro: Record, 1990.

¹⁰ HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. Rio de Janeiro: José Olimpio Editora, 1975.

¹¹ JÚNIOR, Caio Prado. **Formação do Brasil contemporâneo**. São Paulo: Brasiliense, 1996.

¹² CASCUDO, Luis da Câmara. **Prelúdio da Cachaça**; etnologia, história e sociologia da água ardente no Brasil. Belo Horizonte, Editora Itatiaia Limitada, 1986.

¹³ FREYRE, Gilberto. **O Brasil e a cachaça**. Disponível em: <<http://www.unica.com.br>> Acesso em 11/02/2004.

¹⁴ CALASANS, José. **Cachaça, Moça Branca um estudo de folclore**. 2ª edição, ed: Aguiar e Souza Ltda, 1951.

¹⁵ Companhia Muller de Bebidas. Pasta do Acadêmico. Disponível em <www.ciamuller.com.br/informações/acadêmica/pasta.do.acadêmico.pdf> acesso em 06/10/2005. (Companhia Muller de Bebidas, 2005)

¹⁶ BEZERRA, J. A. e SOUZA, E. Marvada Chique. In: **Globo Rural**, ano 18, n° 211, 2003, p 24-32.

¹⁷ GANDOUR, Ricardo. Números dão boas idéias de aguardentes. **Jornal Folha de São Paulo**, 1991.

¹⁸ (AMPAQ) Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade: Disponível em: <<http://www.ampaq.com.br>>. Acessado em 05 mai. 2004.

¹⁹ VASCONCELOS, Yuri. Cachaça sem Mistério. In: **Ciências e Tecnologia no Brasil, PESQUISA FAPESP**. Maio de 2003: p. 74, 77.

²⁰ Série Perfis Agroindustriais. Produção de aguardente de cana de açúcar / (Coordenado por) Carlos Arthur Barbosa da Silva – Brasília: Ministério da agricultura, do abastecimento e da Reforma Agrária, Secretaria do Desenvolvimento Rural, 1995. (Esta edição foi produzida em cooperação com a Fundação Artur Bernardes/ Universidade Federal de Viçosa, mediante convênio com o Ministério da Agricultura, do Abastecimento e da Reforma Agrária). (Série Perfis Agroindustriais. 1995).