Exclusividade nacional

Bebida ganha denominação de origem e profissionaliza o setor

Na evolução da história brasileira, as referências sobre a cachaça se remetem às suas raízes. Ela foi a primeira bebida destilada na América Latina, descoberta entre os anos de 1530 e 1550, durante a produção do açúcar. À medida que deixava as senzalas, onde era servida como suplemento para os animais e escravos, chegava às mesas da corte e ganhava tom de requinte. No século XIX, ganhou símbolo de brasilidade e de resistência contra o colonialismo de Portugal.

Ao longo de cinco séculos, a bebida acompanhou as mudanças sucedidas no País. É citada na Revolução Pernambucana e na Inconfidência Mineira. Para celebrar a Independência Nacional, Dom Pedro I tomou um gole da cachaça. Nas comemorações dos 500 anos de descobrimento do Brasil, o presidente Fernando Henrique Cardoso fez, juntamente com o presidente de Portugal, um brinde com cachaça. Por tudo isso, a bebida é aclamada nacionalmente como um dos produtos de maior identidade com a cultura brasileira e autêntica marca de sua relação amistosa com outros povos.

Em 2003, a bebida foi reconhecida pela Organização Mundial das Aduanas (OMA) como destilado exclusivo do Brasil, da mesma forma que o conhaque só pode vir da região francesa, denominada Cognac. No comércio internacional, até então, a cachaça era conhecida com o nome de rum, também feito de cana-de-açúcar. Com a denominação de origem, os demais países terão de adquirir a bebida a granel, engarrafá-la e exportá-la com outro nome.

Valorização

A margem de lucro na exportação passa a ter um ganho significativo. Os embarques a granel conseguem preços muito baixos, em torno de 20 centavos de dólar para cada litro, enquanto a bebida engarrafada chega a valer mais de US$1. A novidade do mercado, agora, é a cachaça orgânica, dirigida a nichos específicos da Europa, onde custa 9 euros (cerca de R$30).

Com a superação da questão ligada à barreira burocrática da denominação aduaneira, a indústria da cachaça brasileira ganhou um forte estímulo para investir na profissionalização dos produtores, na divulgação e distribuição regular da bebida.

O Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Cachaça - PBDAC, criado em 1997 pela Associação Brasileira de Bebidas (ABRABE), vem atender a essa necessidade, pois visa capacitar o setor de cachaça para competir no mercado internacional com eficiência e qualidade. O programa pretende valorizar a imagem da bebida como produto genuinamente brasileiro, com características históricas, culturais e econômicas significativas para nosso povo. Ao mesmo tempo, quer oferecer aos produtores uma capacitação técnico-comercial para proporcionar sua inserção tanto no mercado nacional quanto internacional.

Selos de qualidade

A aplicação de um programa nacional de certificação de cachaça é providencial. Os alambiques artesanais e industriais serão contemplados com selos de conformidade, desde que estejam adequados aos padrões exigidos para cada tipo de cachaça: envelhecida, extra-prêmio e outros. O sistema inclui a adoção do controle de qualidade na produção, desde a fase de extração da cana até o estágio do engarrafamento da bebida.

Em Minas Gerais, maior Estado produtor do País, os produtores já têm seu programa de auto-certificação de origem. A Bahia, segundo Estado produtor nacional, criou o seu programa, que é seguido por São Paulo, e o movimento se dissemina na Paraíba e no Piauí.

Em 2002, o mercado nacional de cachaça produziu cerca de 1,3 bilhão de litros, correspondente a uma receita de US$500 milhões. Estima-se que existam mais de 5 mil marcas de cachaça e 30 mil produtores em todo o País, gerando cerca de 400 mil empregos diretos e indiretos. No ranking das bebidas destiladas, a cachaça é a primeira no Brasil e a terceira no mundo.

Face ao seu potencial de exportação, o governo brasileiro, por meio da APEX - Agência de Promoção de Exportações, desenvolve um programa de ações e incentivos à exportação. Embora a bebida seja vendida para mais de 70 países, com destaque para Inglaterra, Alemanha, Japão, Holanda e Bélgica, no ano passado, foram exportados 14,8 milhões de litros, pouco acima de 1,5% da produção nacional.

Ainda em 2002, a cachaça brasileira foi mostrada e degustada em 411 feiras internacionais. A perspectiva é de um aumento de 30% nas exportações, chegando a 20 milhões de litros, segundo a Federação Nacional das Associações de Produtores de Cachaça de Alambique. ■

ONDE SABER MAIS: www.pbdac.com.br