

**ALAMBIQUES E PEQUENA PRODUÇÃO NO INTERIOR PAULISTA:  
INFORMALIDADE COMO IDENTIDADE E PRESERVAÇÃO DO MODO DE VIDA  
DOS PRODUTORES FRENTE ÀS DEMANDAS DO MERCADO**

Rafael Claro DANIEL<sup>1</sup>

O cenário nacional para os produtores de cachaça artesanal nos últimos vinte anos está mudando intensamente. Esse fato se deve principalmente às estratégias que o governo nacional tomou diante do reconhecimento da importância histórica, social, cultural e mercadológica deste produto, com o objetivo de valorizar a produção familiar e artesanal de cachaça e desse modo garantir sua inserção no mercado internacional e intensificá-la no mercado interno.

A cachaça artesanal de qualidade passou a ganhar maior representatividade no mercado interno e nos últimos anos também no mercado internacional de bebidas. A cachaça é o destilado mais consumido no Brasil, entretanto, dos seus quase 1,4 bilhões de litros produzidos, apenas 300 milhões são de produção artesanal, sendo o restante de produção industrial. Praticamente 99% dos produtores de cachaça no país, são de pequeno e médio porte. Esses produtores geram algo em torno de 600 mil empregos diretos ou indiretos, porém, apenas 15% dessas empresas (entre indústrias e alambiques) são registradas no MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (SEBRAE, 2012).

A produção nacional é absorvida pelo mercado interno em sua quase totalidade. A cachaça gera, assim, uma rede de socialização bastante significativa no país, dentro do qual ocorre uma série de relações socioeconômicas que vai desde a produção até seu consumo final. Foi por esse e outros motivos históricos e culturais – os quais podem ser encontrados no livro de Weimann, *Cachaça, a bebida brasileira* (2009) –, que o governo brasileiro iniciou, no final da década de 1990, um conjunto de providências dispostas a divulgar a cachaça no mercado internacional. O Decreto 2.314, de quatro de setembro, de 1997 (BRASIL, 1997), do governo federal, regulamentou a Lei n.º 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. Em 2001, o Decreto 4.062 definiu as expressões “Cachaça, Brasil e Cachaça do Brasil” como indicações geográficas de origem e uso exclusivamente brasileiros (BRASIL, 2001).

---

<sup>1</sup> Bolsista CAPES. Mestrando em Ciências Sociais. UNESP – Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Ciências e Letras – Pós-graduação em Ciências Sociais. Araraquara – SP – Brasil. 14800-901 - rafaelcdaniel@yahoo.com.br

## **Alambiques e pequena produção no interior paulista: informalidade como identidade e preservação do modo de vida dos produtores frente às demandas do mercado**

---

Considerado demasiado vago, esse Decreto foi substituído por outro, mais específico, o nº 4.851, de dois de outubro de 2003, que, além de descrever as características da fórmula do fabrico, afirma que tanto a cachaça como a caipirinha são exclusividades brasileiras. A questão foi submetida à Organização Mundial do Comércio (OMC), para garantir a propriedade intelectual sobre as duas marcas na legislação internacional. (WEIMANN, 2009).<sup>2</sup>

Tendo em vista essas questões de grande importância e os números aqui destacados, que essa pesquisa foi elaborada, já que entre esses 99% de produtores de pequeno e médio porte, 85% ainda permanecem na informalidade, mesmo que a regulamentação e a sistematização da produção agregue muito valor ao produto final. Várias questões levam esses produtores a permanecer na dita informalidade, e com o intuito de explicar esses motivos que esta pesquisa buscará concentrar-se nesse agente específico.

O produtor artesanal de cachaça de pequeno porte, concentrado quase sempre na área rural – segundo contato prévio e informações levantadas com pesquisadores de outras áreas<sup>3</sup> –, é caracterizado por unidades familiares de produção, as quais nem sempre tem a cachaça como sua única fonte de renda. Dessa forma, muitos desses produtores exercem variadas funções produtivas tendo a bebida apenas como um complemento econômico, fato que ocorre em mais de 50% dos casos (SEBRAE, 2012). De qualquer forma, é tomada por base a cachaça como sendo o principal produto gerador de renda desses produtores, o que significa que toda e qualquer mudança na importância da bebida para o mercado consumidor afetará nos lucros e recursos desse produtor, tendo em vista as constantes investidas desse mercado.

O pequeno produtor rural representa um exemplo prático de um agente social que resiste da melhor forma possível às investidas do meio urbano, e isso inclui os produtores de cachaça de alambique. Entretanto, essas investidas inevitavelmente resultarão em mudanças na vida desses indivíduos, até mesmo enrijecendo sua permanência no meio. É preciso salientar que essa forma de resistência é muito mais subjetiva do que intencional e envolve questões relacionadas ao receio à mudança no próprio “modo de vida”.

---

<sup>2</sup> As especificações do produto exigidas por lei podem ser encontradas no diagnóstico do SEBRAE (2012) intitulado *Cachaça Artesanal* da Série Estudos Mercadológicos.

<sup>3</sup> Os pesquisadores que obtive contato são pós-graduandos e um Professor da Faculdade de Ciências Farmacêuticas da UNESP Araraquara, os quais atuaram e atuam em suas pesquisas, de cunho mais técnico, diretamente com produtores de cachaça nas Regiões de Araraquara e São Carlos.

## **Alambiques e pequena produção no interior paulista: informalidade como identidade e preservação do modo de vida dos produtores frente às demandas do mercado**

---

A mudança no status da cachaça, o que Viviam Lacerda de Souza (2012) chama de “gastronomização” do produto, acaba trazendo para o consumidor questões de cunho social e moral em relação ao produto, o que influi “[...] diretamente na demanda mercadológica de forma a estimular mudanças no processo de produção, as quais são capazes de transformar a rotina de trabalho do produtor.” (SOUZA, 2012, p. 01). Essa “gastronomização”, como aponta Souza, inclusive contribui para uma forma de consumo diferenciada, devido à maior exigência desse público novo que também apresenta maior poder aquisitivo, em que, em vez de um consumo cotidiano, a cachaça passa a ser consumida de forma prazerosa, por gosto ou por seu valor cultural. Isso exige do produtor uma melhoria no seu produto. Melhoria, nesse caso, se refere a uma regulamentação que esteja atenta a fiscalizar desde o princípio da produção até o engarrafamento da bebida e rotulagem.

Os motivos que mantêm o produtor artesanal em uma situação de ilegalidade são porque o mesmo sofre da falta de recursos necessários para investir na produção de cachaça e a inexistência de políticas públicas que alcancem esse mesmo produtor. Outra questão é a carência de informações indispensáveis à legalização de sua atividade produtiva, o que pode contribuir para a sua inserção em mercados mais lucrativos, como o externo (SOUZA, 2012). Além do mais, a regulamentação agrega valor ao produto final, o que geraria inclusive maior representatividade deste produtor no mercado. Graças ao Programa Nacional de Certificação da Cachaça (PNCC)<sup>4</sup> as cachaças certificadas passariam a ter maior valor agregado às suas marcas, o que levaria a um aumento de sua competitividade e do seu potencial de entrada em novos mercados, sobretudo no exterior, além de estimular práticas políticas voltadas para o cooperativismo, melhoria do produto e conquista de um novo público consumidor (MARTINS; OLIVEIRA, 2010). Assim, é possível que o alto custo de certificação acabe mantendo o produtor informal efetivamente à margem do mercado de bebidas, já que o mesmo possivelmente não possui condições nem informações suficientes para atender essas exigências.

Outras questões importantes para o entendimento do modo de vida desse agente produtor, frente às demandas do mercado consumidor e do cotidiano das cidades, são de cunho mais subjetivo, como já dito, mas também estão intimamente ligadas às questões econômicas,

---

<sup>4</sup> Programa Nacional de Certificação da Cachaça – PNCC, parceria entre o Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial – Inmetro e o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA, órgão que regulamentada os produtos agropecuários no País (MARTINS; OLIVEIRA, 2010).

## **Alambiques e pequena produção no interior paulista: informalidade como identidade e preservação do modo de vida dos produtores frente às demandas do mercado**

---

determinando-as assim como as questões materiais. Estas questões estão relacionadas ao que alguns autores da economia e antropologia clássica entendem como “racionalidade econômica camponesa” a qual possui limites determinados pelo ambiente social em que a vida no campo se desenvolve como afirma Ricardo Abramovay (2007) em seu livro *Paradigmas do Capitalismo Agrário em Questão*. O recorte temático em questão tem esses limites relacionados à forma que os produtores de cachaça se inserem ou não no mercado de bebidas, tendo em vista que os mesmos também pertencem ao meio rural e serão designados como “camponeses” – devido à similaridade de suas características e o embasamento teórico utilizado – de forma geral.

Partindo do pressuposto marxista, no qual a produção é a reprodução de um “modo de vida definido” (SAHLINS, 2007), buscar-se-á compreender de que forma isso se revela como verdadeiro no caso estudado. Como dito anteriormente, a resistência do pequeno produtor de cachaça às novas exigências do mercado não é somente de cunho econômico, mas também cultural. Alterar seu modo de produção com o intuito de obedecer a essas demandas, alteraria inclusive o próprio modo de vida do produtor, assim como sua cultura. Como demonstra Marshall Sahlins, não é o modo de produção que especifica a ordem cultural, a menos que sua própria ordem, no caso a produção, seja culturalmente especificada. Isso é exatamente o que ocorre com a cachaça hoje: o modo de produção artesanal é especificado como algo que agrega valores culturais e também econômicos. Entretanto, o custo desse reconhecimento, cria uma contradição, na qual ao atender às exigências previstas na lei o valor cultural que é próprio do produtor altera-se de forma a adaptar-se à legislação. Desse modo, o valor cultural que é dado à cachaça acaba por moldar o valor cultural que é próprio do produtor, alterando significativamente seu modo de vida, já que o mesmo se torna dependente das demandas exigidas pelo mercado. Um ponto importante que deve ser trazido à tona é no caso de produtores que fazem o mínimo para atender às exigências institucionais da produção, mas, ainda assim, permanecem afastados do mercado de forma efetiva, comercializando somente com consumidores, na maioria pessoas conhecidas do produtor, os quais vão até seu alambique na zona rural para comprar o produto.

Observo que traços culturais significativos do camponês tradicional ainda se fazem presente na realidade atual. A permanência desses traços é considerada aqui exemplos claros de resistência sociocultural de preservação inclusive da própria estabilidade econômica. É através

## **Alambiques e pequena produção no interior paulista: informalidade como identidade e preservação do modo de vida dos produtores frente às demandas do mercado**

---

do estudo do comportamento camponês que se pode compreender a maneira como ele – definido como “unidade subjetiva teleológica” – se insere socialmente. Portanto, não é o mercado que define o “modo de vida” de um produtor artesanal de cachaça, avesso à regulamentação, que não se importa com lucro e repudia de certa forma organizações corporativas.

Partir-se-á de uma preocupação de fundamental importância na obra de Alexandre V. Chayanov (1981) “Sobre a teoria dos sistemas econômicos não capitalistas”, a “racionalidade camponesa” que definia a forma que se daria a unidade econômica do camponês e o produto do seu trabalho, determinado este por questões externas e internas. De acordo com o autor, a unidade econômica camponesa atingiria seus fins quando realizasse o equilíbrio consumo-trabalho. Isto significa, para ele, que o rendimento derivado de um incremento de trabalho é igual à utilidade subjetiva proporcionada por este acréscimo de renda (CHAYANOV, 1981). Tem-se então, um equilíbrio básico entre a penosidade do trabalho e a satisfação das necessidades. O objetivo econômico principal é organizar o ano de trabalho para atender as demandas da família, até mesmo o desejo de poupar ou investir capital, se possível (ABRAMOVAY, 2007). Como pensar isso quando se trata de um pequeno produtor de cachaça artesanal? Deve-se supor que a utilidade subjetiva do mesmo, hoje, seria simplesmente adquirir mais lucro, já que as demandas da família deixaram de ser simplesmente a subsistência. Como a diferenciação entre cidade e campo mostra-se bastante turva, uma nova lógica de consumo já se faz presente na realidade desses produtores. Dessa forma, o lucro serviria para atender anseios muito mais referentes ao que vem do meio urbano do que do próprio produtor em seu meio. Ao menos fica difícil visualizar esse lucro com o propósito de se obter mais lucro simplesmente, já que o mesmo não está sendo utilizado para aumentar a produção. Foram essas preocupações por parte de Chayanov que influenciaram os economistas neoclássicos. Abramovay estuda de forma bastante clara esses intelectuais, colocando-os ao lado de antropólogos clássicos, os quais identificam certa “parcialidade” nas sociedades camponesas, determinada pela forma que estas se relacionam com aquilo que está exterior a elas através do mercado.

Segundo Michael Lipton (1968, apud ABRAMOVAY, 2007, p. 97), o camponês vive de forma a minimizar os riscos possíveis. Dessa forma, existe especificidade no tipo de cálculo econômico realizado pelo camponês, quando comparado com empresas capitalistas

## **Alambiques e pequena produção no interior paulista: informalidade como identidade e preservação do modo de vida dos produtores frente às demandas do mercado**

---

(ABRAMOVAY, 2007). Isso, quando se trata dos produtores artesanais de cachaça, pode ser identificado no caso já dito anteriormente, no qual, mesmo atendendo às exigências institucionais, o produtor sempre se mantém com uma distância segura do mercado, com o receio de investir em melhorias no produto e na forma de apresentá-lo ao consumidor, com o receio de que esses investimentos poderiam acabar trazendo futuros prejuízos financeiros. Arriscar não é, portanto, algo interessante para o produtor que possui mesmo com uma venda limitada, mas prevista, certa tranquilidade que não lhe exige maior esforço e evita futuras preocupações de cunho financeiro.

Nos anos de 1960, outros autores neoclássicos como Amartya Sen e Chihiro Nakagima, também trabalhados por Abramovay, trouxeram a ideia de “aversão a penosidade” para a realidade camponesa. Os mesmos refinam a lógica de equilíbrio entre as necessidades de consumo e o trabalho necessário existente em Chayanov. “É em termos subjetivos que se define o equilíbrio econômico da família camponesa” fatores internos que determinam o desempenho produtivo. Dilema neoclássico entre “o prazer derivado do produto do esforço diante da satisfação propiciada pelo descanso” (ABRAMOVAY, 2007, p.102): (trabalho e ócio). A “aversão à penosidade” só vem depois que as necessidades básicas da família foram atendidas. A lógica está em se atender às necessidades de um mínimo de subsistência e não às demandas do mercado (ABRAMOVAY, 2007). Como se pode ver, segue a mesma linha de pensamento já pensada anteriormente. Hoje, as demandas dos camponeses são bem mais refinadas, e como já foi dito, suponha que a questão do lucro atenda às satisfações pessoais de consumo da família, principalmente dos mais jovens, mas não a busca por mais lucro.

*A parcialidade da sociedade camponesa vem exatamente de que, embora organizada em torno de códigos sociais próprios – cuja organização escapa à razão estritamente econômica – ela se relaciona com o mundo exterior também através dos vínculos econômicos dados pela venda de mercadorias. (ABRAMOVAY, 2007, p. 112).*

A base econômica da inserção camponesa através do mercado é caracterizada pelo camponês produtor de mercadorias. Essa ideia

[...] exige a constituição de um mercado competitivo que se encarrega de imprimir aos produtos um selo social (seus preços) pelos quais são reconhecidos como partes alíquotas da divisão do trabalho. O funcionamento

## **Alambiques e pequena produção no interior paulista: informalidade como identidade e preservação do modo de vida dos produtores frente às demandas do mercado**

---

desse mercado supõe laços impessoais entre os agentes econômicos (condição fundamental para que o trabalho social se distribua de maneira não planejada entre os diferentes ramos da produção) e um nível de agilidade e integração entre os diferentes mercados que justamente não se encontram no ambiente característico das sociedades camponesas, fortemente marcado por vínculos pessoais, hierárquicos e pela fusão das operações mercantis com esferas não estritamente econômicas. (ABRAMOVAY, 2007, p. 113).

A relação de mercado dentro do meio camponês é bastante diferente do meio urbano. Sua inserção nesse mercado só pode ser econômica. Já no ambiente camponês, os vínculos estabelecidos respeitam um conjunto de prestações pessoais, os quais indicam a maneira incompleta e parcial que os mecanismos de mercado atuam, e, portanto, os limites da razão econômica no funcionamento das sociedades camponesas (ABRAMOVAY, 2007).

Dessa forma, tem-se previamente comprovado que a inserção do pequeno produtor de cachaça no mercado se dá de maneira “parcial” devido justamente aos limites de sua racionalidade<sup>5</sup>. De qualquer forma, por ter sua segurança nas relações econômicas justamente por elas possuírem características bastante pessoais, que o agente aqui interessado mantém-se efetivamente distanciado do mercado e dessa forma preserva da melhor maneira que pode seu modo de vida. Sua inserção através da venda de mercadorias, neste caso a cachaça, sustenta, portanto, de forma segura, a continuidade do “modo de vida” do pequeno produtor e de sua família.

Tem-se em vista que é uma inserção peculiar que resiste à nova forma de assimilação que foi tomada pelas forças do capital. O mercado já percebeu possibilidades múltiplas para a cachaça que o próprio fabricante não teve condições de imaginar devido seu distanciamento simbólico do meio urbano e falta de informações. Entretanto, os efeitos dependem das várias maneiras pelas quais estão sendo medidos nos esquemas culturais locais. A burguesia presente no mercado, sempre acreditou que o universo cultural pudesse ser reduzido a um discurso sobre o preço, como apontou Sahlins (2007) em “Cosmologias do capitalismo: o setor transpacífico do ‘sistema mundial’”:

[...] a capacidade de reduzir as propriedades sociais a valores de mercado é exatamente o que permite ao capitalismo dominar a ordem cultural. No

---

<sup>5</sup> Óbvio que a racionalidade camponesa é definida por outros parâmetros de existência, os quais não competem com o do meio urbano, por isso, aqui me refiro a limites como algo diferente do que move a racionalidade do meio urbano.

## **Alambiques e pequena produção no interior paulista: informalidade como identidade e preservação do modo de vida dos produtores frente às demandas do mercado**

---

entanto, pelo menos algumas vezes essa mesma capacidade transforma o capitalismo mundial em escravo de conceitos locais de status, meios locais de controle de mão de obra e preferências locais de consumo, que ele não tem nenhuma vontade de obliterar, na medida em que isso não seria lucrativo. (SAHLINS, 2007, p. 450).

Acabou ocorrendo, portanto, algo que o próprio mercado não esperava. A forma parcial em que o produtor de cachaça se insere no mesmo acaba por impedir um domínio cultural absoluto por parte do capitalismo. No caso da cachaça, o que se observa é a necessidade por parte do sistema em sempre exaltar a cultura, o modo de produção e também o modo de vida do produtor. Agregar valor ao produto depende dessa exaltação por parte do mercado, já que o valor dado pelo consumidor está justamente nessas características socioculturais.

Dessa forma, essas considerações todas, relativas à racionalidade do camponês tradicional e o modo parcial que o mesmo se insere no mercado, precisam ser colocadas diante dos produtores de cachaça, de forma a verificar até onde se adéquam essas teorias, para assim compreender as motivações subjetivas e materiais que mantêm o produtor artesanal de cachaça na informalidade e com uma distância segura do mercado. É preciso observar de que forma isso se dá, se a não aceitação as regras do mercado é uma rejeição subjetiva ou declarada por parte dos próprios produtores.

Mesmo com todo o esforço por parte do Governo, entretanto, ainda a absoluta maioria dos produtores de cachaça (85%) não está efetivamente inserida no mercado de bebidas nacional e permanece na informalidade. Isso é, possivelmente, resultado de características subjetivas e condições materiais e socioculturais. Trazer a tona essas questões de forma a compreender os principais motivos que definem a atual realidade desses produtores, as semelhanças e diferenças entre eles e sua importância como agentes sociais inseridos dentro de um sistema mais amplo é o que interessa à pesquisa.

Como pudemos observar, existem peculiaridades em relação ao modo de vida e de produção deste agente, questões que dialogam constantemente no interior deste meio e com os agentes externos, alterando-se assim a lógica desse produtor. Isso ocorre, pois, o que define a ação histórica das pessoas é a forma que elas se apropriam culturalmente das condições externas que elas não criam, mas não conseguem escapar:

## **Alambiques e pequena produção no interior paulista: informalidade como identidade e preservação do modo de vida dos produtores frente às demandas do mercado**

---

[...] relações e bens do sistema mais amplo também passam a ocupar lugares dotados de significado na ordem local das coisas. Em consequência, as mudanças históricas na sociedade local também estão em continuidade com o esquema cultural suplantado enquanto a nova situação vai adquirindo uma coerência cultural de natureza distinta. (SAHLINS, 2007).

O modo de produção passa a ser especificado culturalmente dentro do sistema dominante: se a produção reproduz o modo de vida das pessoas, e as pessoas apropriam-se das condições externas a elas, inclusive sua própria definição cultural – “produtores artesanais de cachaça” –, também exteriores a elas, e os bens e relações do sistema mais amplo passam a “ocupar lugares dotados de significados na ordem local das coisas”, resultando em mudanças históricas nas sociedades locais que, dessa forma, estão em continuidade com o sistema mundial suplantado, é aí que a nova situação vai adquirindo uma coerência cultural de natureza distinta, a qual é identificada aqui como sendo contraditória à realidade do agente produtor. Suponha-se, portanto, que essa nova situação de coerência exibida a partir de agora é justamente a alteração que sofreu o modo de vida do pequeno produtor artesanal de cachaça. O que importa aqui justamente investigar de que forma se deram essas mudanças em cada produtor estudado, buscando suas similaridades e especificidades, assim como se essas mudanças expressam resistência ou conservadorismo por parte dos mesmos<sup>6</sup>.

### **REFERÊNCIAS**

ABRAMOVAY, R. **Paradigmas do capitalismo agrário em questão**. 3.ed. São Paulo: EDUSP, 2007.

BRASIL. Decreto nº 4.062 de 21 de dezembro 2001. Define as expressões “Cachaça, Brasil” e “Cachaça do Brasil” como indicação geográfica e das outras providências. **Diário Oficial [da] União**, Brasília, 22 dez. 2001. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/2001/D4062.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2001/D4062.htm)>. Acesso em: 15 fev. 2015.

\_\_\_\_\_. Decreto nº 2.314, de 4 de setembro de 1997. 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**, Brasília, 5 set. 1997.

---

<sup>6</sup> Entendemos conservadorismo não como uma postura intencional e carregada de embasamento político, mas como algo natural e resultante do próprio modo de vida do produtor, referente às condições sociais e institucionais que determinam o comportamento camponês e que Michael Lipton entende como sendo uma “aversão ao risco”. (ABRAMOVAY, 2007).

## **Alambiques e pequena produção no interior paulista: informalidade como identidade e preservação do modo de vida dos produtores frente às demandas do mercado**

---

Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/D2314.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D2314.htm)>. Acesso em: 15 fev. 2015.

CHAYANOV, A. Sobre a teoria dos sistemas econômicos não capitalistas. In: GRAZIANO, S.; J.; STOLCKE, V. (Org.). **A questão agrária**. São Paulo: Brasiliense, 1981. p.133-163.

MARTINS, M. L. C.; OLIVEIRA, J. T. G. S. B. **O programa nacional de certificação da cachaça**: uma estratégia política para o consumo. 2010. Trabalho apresentado ao 5º Encontro Nacional de Estudos do Consumo, Rio de Janeiro, 2010.

SAHLINS, M. Cosmologias do capitalismo: o setor transpacífico do “sistema mundial”. In: SAHLINS, M. **Cultura na prática**. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 2007. p.443-499.

SEBRAE. **Cachaça artesanal**. São Paulo, 2012. (Série Estudos Mercadológicos).

SOUZA, V. L. de. **Da produção ao consumo da cachaça artesanal orgânica em Minas Gerais**: uma questão de comunicação mercadológica. 2012. Trabalho apresentado ao 2º Conferência Brasileira de Estudos em Comunicação e Mercado, São Paulo, 2012.

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