UMA PUBLICAÇÃO PARA QUEM GOSTA E QUER GOSTAR AINDA MAIS DE CACHAÇA

CACHAÇA EM REVISTA

Ano V
Nº 5
Safra 2017

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA | VENDA PROIBIDA

DA PORTEIRA PARA FORA
COMO CONQUISTAR MAIS DEVOTOS PARA A BEBIDA NACIONAL

DA PORTEIRA PARA DENTRO
- PRINCÍPIOS E FINS DA BLENDAGEM
- ENVELHECIMENTO: CUIDADO COM OS EXCESSOS

RABO DE GALO
COQUETEL BRASILEIRO SE PREPARA PARA CONQUISTAR O MUNDO

VEM AÍ
O III RANKING CÚPULA DA CACHAÇA

BRINDANDO COM AS CONFRARIAS

ALAMBIQUE X COLUNA
UM DEBATE QUE DIVIDE O MUNDO DA CACHAÇA

FILHOS DA CANA
A BASE É A CACHAÇA, OS SABORES, INFINITOS

V CÚPULA DA CACHAÇA

CÚPULOS E PRODUTORES IDENTIFICAM OS GRANDES DESAFIOS DO NOSSO DESTILADO

PUBLICAÇÃO OFICIAL

CÚPULA DA CACHAÇA

CACHAÇA
SANTO GRAU
Cachaça de Origem

Conheça a série única de Santo Grau:

CACHAÇAS RARAS DE ENGENHO

Linha de cachaças especiais de origem.

Envelhecidas pelo tradicional sistema de solera em barris de vinho de Jerez (Sherry Oak Casks), vindos da Espanha.

#MomentoSantoGrau

Santo Grau Solera Pedro Ximenes

Santo Grau Solera Cinco Botas

BEBA COM MODERAÇÃO

www.santograu.com.br

CACHAÇA SALINÍSSIMA.

As melhores coisas da vida, desde sempre.

Saliníssima é uma autêntica cachaça de Salinas. *Envelhecida em barris de bálsamo, a bebida tem um* ***sabor amadeirado e macio.*** *Sua cor amarelada e o corpo vigoroso refletem as práticas originais da produção artesanal mineira.*

A cachaça é uma alternativa aos paladares que buscam ***simplicidade, rusticidade*** *e* ***tradição*** *em equilíbrio com a vida moderna. Saliníssima celebra os bons momentos e as melhores coisas da vida.*

BEBA COM MODERAÇÃO

Desde 1846
Ypióca
Marca de 170 anos de história;
Maior parque de envelhecimento

Maior parque de envelhecimento de cachaças do mundo;

Premiada internacionalmente nos concursos de Nova York, São Francisco e Bruxelas;

Primeira marca a exportar cachaça.

APRECIE COM MODERAÇÃO

VENDA E CONSUMO PROIBIDOS PARA MENORES DE 18 ANOS.

A CONSTRUÇÃO

O sábado, 28 de janeiro, foi um dia marcante na história da *Cúpula da Cachaça*. Era o segundo dia do quinto dos nossos encontros anuais. Um mês antes, tínhamos convidado para nossa reunião, pela primeira vez, alguns produtores de Cachaça de diferentes estados, para participar do nosso debate anual sobre os rumos do setor – um número limitado, mas bem representativo. Também tínhamos despachado um convite para o Ibrac (*Instituto Brasileiro da Cachaça*), na pessoa do amigo Carlos Lima.

A proposta era ouvir ainda mais as demandas e aproximar de forma ainda mais profunda a *Cúpula* desses atores do mercado.

Analândia, onde fica o Chalé Macaúva, sede dos nossos encontros, não é longe, mas também nem tão perto assim de São Paulo (225 km), nem de nenhum dos muitos outros lugares de onde o pessoal veio para esse debate. Para nós, foi uma grande honra que nosso convite tenha sido aceito por tantos personagens importantes nessa luta diária pela valorização da cachaça e pelo fortalecimento/profissionalização do setor.

Principalmente, para além das discussões travadas e da troca profícua de ideias, que vêm dando frutos diariamente e sobre a qual os amigos poderão ler nas páginas seguintes, a presença desses produtores que tanto respeitamos e as palavras que ouvimos de todos em relação ao trabalho da *Cúpula* nos deu a convicção de que nosso grupo vem trilhando bons caminhos e que, nesses mais de cinco anos, temos dado uma colaboração agregadora e significativa para o desenvolvimento do setor de Cachaça.

Os prazos são longos, mas vemos a construção gradual de um setor renovado, fortalecido, diversificado, mantendo um padrão de qualidade excepcional e as melhores tradições produtivas que trouxeram a cachaça do século XVI até nossos dias.

A quinta edição da **Cachaça em Revista**, que você tem em mãos agora, é mais um tijolinho nessa obra. A matéria-prima são os artigos assinados pelos especialistas de variadas formações que integram a *Cúpula da Cachaça*, grupo de profissionais dedicado a iniciativas em prol da divulgação e valorização da cachaça.

A proposta da **Cachaça em Revista** é ampliar o conhecimento dos iniciados no profundo, mágico e inesgotável universo do nosso destilado, ou apresentar aos que querem dar início ao seu mergulho um pouco dessa beleza.

Como muitos de nós sabemos, a cachaça só precisa ser dignamente apresentada. O resto do trabalho de conquista dos corações e mentes, ela faz por si mesma. Então, escolha o rótulo de sua preferência, sirva-se, sinta o aroma, deixe a bebida deslizar pela boca, vire esta página...e boa leitura!

DIRLEY FERNANDES
Editor e "cúpulo"

EXPEDIENTE

PRODUÇÃO: Cúpula da Cachaça e Carbonários!
EDITOR: Dirley Fernandes
EDITOR DE ARTE: Sidney Ferreira
FOTOS: Mateus Verzola e Maurício Motta
CAPA: Maurício Motta
PRODUÇÃO GRÁFICA: Maurício Maia
COORDENAÇÃO COMERCIAL: Milton Lima e Maurício Maia

https://www.facebook.com/CupuladaCachaca
www.cupuladacachaca.com.br
@cupuladacachacaoficial

Cachaça Tiê

NASCIDA NA SERRA E PRONTA PARA VOAR

PRODUZIDA NA
FAZENDA GUAPIARA
AIURUOCA - MG

Cheias de charme e
MULTI-PREMIADAS

WWW.CACHACATIE.COM.BR

BEBA COM MODERAÇÃO

8 V CÚPULA DA CACHAÇA
Como foi o nosso quinto encontro anual
- A prioridade é ampliar o público do nosso destilado
- A sessão com os produtores
- As mudanças no Ranking

22 RABO DE GALO
O coquetel brasileiro cria asas para conquistar o planeta

25 É PINGA, SIM
Leandro Batista e a cachaça na quebrada

26 CARTAS DE CACHAÇAS
O canal de comunicação com o consumidor

28 A CACHAÇA COMO PRINCÍPIO
As bebidas que têm nosso destilado como base e todos os sabores do Brasil como fim

34 ENVELHECIMENTO
Entre a inovação e os excessos

39 DEPOIS DA PORTEIRA
Produzir uma boa cachaça é só o princípio de um empreendimento de sucesso

42 BLENDAGEM
A ciência da harmonia perfeita

48 ALAMBIQUE E COLUNA
Quem ganha com essa divisão?

52 BEBENDO EM GRUPO
As confrarias, veículo de difusão da cultura da cachaça

56 COQUETELARIA
As alquimias da cana

58 SAIDEIRA
Os versos caipiras de Sidnei Maschio

CÚPULA DA CACHAÇA

QUEM SÃO OS **CÚPULOS**

1 CESAR ADAMES Especialista no mercado de tabaco e destilados. É colaborador das revistas Adega, Menu e Robb Report. Como professor da UCS-ICIF, Senac e da IBA-International Bartenders Association, é responsável pela disciplina Charutos & Bebidas.

2 MAURÍCIO MAIA (PRESIDENTE) À frente do site O Cachacier, ele é um dos maiores degustadores de cachaça do país. Multimídia, é publicitário, chef de cozinha e especialista no líquido precioso há mais de 20 anos.

3 LEANDRO BATISTA Um dos mais conhecidos sommeliers de cachaças do país, com passagens pelo restaurante Barnabé (SP) e, por um longo período, Mocotó, em São Paulo.

4 GLAUCO MELLO JR Engenheiro químico especializado na cadeia canavieira, trabalhou para Copersucar e Raízen, entre outras. Atua como *business development manager* na Solenis.

5 MANOEL AGOSTINHO LIMA NOVO (SECRETÁRIO) Autor do livro Viagem ao mundo da cachaça, criador do site mundodacachaca.com e do aplicativo Cachaça Brasil. Atua como consultor e palestrantes e é formado em Análise Sensorial pelo Centro Studi Assaggiatori (Brescia, Itália).

6 LEANDRO MARELLI Pós-doutor pela USP e Doutor pela Uenf, com estudos relacionados à Tecnologia de Bebidas e ao Controle de Qualidade em Bebidas Alcoólicas. Autor de artigos sobre qualidade química e sensorial da cachaça publicados em periódicos científicos nacionais e internacionais.

7 DIRLEY FERNANDES Jornalista, editor e documentarista. É editor do jornal O DIA, da revista e selo de livros História Viva e do blog Devotos da Cachaça. Com passagens por Manchete, Extra, JB, Jornal do Commércio, colunista da Gula e O DIA, é autor do documentário Devotos da Cachaça (2010), sobre a inserção da cachaça na cultura brasileira.

8 NELSON DUARTE Master Blender, Master Distiller, professor e autor do livro 'Cachaça: uma dose de marketing' e especialista em Bebidas Destiladas Nível 2 pela WSET – Wine & Spirits Education Trust, de Londres

9 MILTON LIMA É responsável pelo site cachaças.com, colecionador de cachaça e proprietário do Chalé Macaúva, que junta a Cachaçaria Macaúva a uma pousada e um alambique para experiências com a bebida nacional brasileira.

10 SIDNEI MASCHIO Jornalista especializado em agronomia, foi da equipe do Estadão e do Globo Rural. É hoje apresentador do jornal diário de agronegócios do canal Terra Viva (Band), além de poeta, degustador e colecionador de cachaças.

11 ERWIN WEIMMAN Químico, mestre-cervejeiro, responsável pela criação de várias cachaças e autor do livro *Cachaça – A bebida brasileira*.

12 MESTRE DERIVAN Eleito na última Cúpula da Cachaça, ele é o decano da coquetelaria nacional e um dos responsáveis pela internacionalização da caipirinha. É bartender do Bar Numero, em São Paulo (SP) e já foi vice-presidente para a América do Sul da IBA (International Bartender Association)

A MISSÃO É LEVAR A **CACHAÇA PARA AS MASSAS**

Chegamos ao quinto encontro anual da Cúpula da Cachaça. Na manhã do dia 27 de janeiro, éramos 12 cavalheiros em torno da távola retangular em nossa sede, a Cachaçaria Macaúva, em Analândia (SP). Cinco anos e sem nenhuma falta no registro.

No encontro, entre muitas doses e a rica troca de informações que caracteriza a reunião desses especialistas de diferentes formações e latitudes unidos pela cachaça, foram discutidas novas ações e a continuidade de nossas iniciativas já consagradas, como o vindouro *III Rankig Cúpula da Cachaça*, o evento que mobiliza dezenas de milhares de pessoas em torno do nosso destilado, e a Cachaça em Revista, que, após muito trabalho, o amigo leitor tem agora em mãos.

Essa **V Cúpula** ficou indelevelmente marcada por uma inovação: a nossa primeira sessão aberta, com a participação de produtores e outros membros da cadeia produtiva da Cachaça. E, seja nas discussões internas ou na aberta, um ponto central, desdobrado em dois, pairou por sobre todas as conversas. O primeiro ponto é a necessidade absoluta, premente e gritante de ampliar o público de consumidores, conhecedores, apreciadores, devotos da cachaça. "Nós temos que falar para fora. Nosso setor já perdeu muitas oportunidades ao longo do tempo por manter uma visão bitolada. A hora é de conquistar corações e mentes", disse, numa das sessões de discussão, o cúpulo Mestre Derivan.

O segundo ponto que se desdobra desse primeiro é a constatação de que a chave para ea ampliação do público é o conhecimento. "De certa forma, já vencemos o preconceito. Mas o trabalho ainda está no começo. Ficarmos só entre nós não adianta. Pouca gente conhece de verdade cachaça. Temos que conversar com quem gosta de outros destilados, com quem não bebe destilados, com todo mundo. Isso é que vai trazer o público para o nosso lado", frisou o cúpulo Milton Lima.

Parecem conclusões triviais, mas, ao olharmos mais de perto o percurso da cachaça no século XXI, percebemos por que isso ressalta de forma tão clara neste momento específico. Foram muitas lutas vencidas – ou pelo menos, enca-

O quinto encontro da Cúpula da Cachaça foi um momento de reflexão sobre o que já foi conquistado e de afirmação do que é a prioridade absoluta hoje: ampliar o público consumidor do destilado nacional brasileiro

Por **DIRLEY FERNANDES**

minhadas para um ponto melhor. Há quinze anos, o preconceito contra a cachaça ainda era marcante. Hoje, está diluído em nichos. Ficou evidenciado o seu caráter de ignorância. A cachaça ganhou status de "bebida oficial"; entrou na Academia, tornando-se objeto legítimo de pesquisa; foi inscrita – ainda que em meio aos percalços do Estado nos últimos anos – como produto nacional prioritário para divulgação no exterior e multiplicou sua presença em bares mundo afora, em especial nos Estados Unidos, o mais estratégico dos mercados a se conquistar.

Sobretudo, e esses são os dois fatores mais importantes: surgiram grupos organizados e de alto nível dedicados à promoção da cachaça – e não creio que seja pernóstico incluir a *Cúpula da Cachaça* entre eles – e a compreensão do conceito de 'cachaça de qualidade' atingiu bares e restaurantes de todos os estilos, do boteco mais humilde da periferia ao restaurante caro da orla carioca.

Todos agora parecem amar a cachaça, ainda que as pedras surjam no caminho, como a questão da alta da tributação para combater a crise nas contas públicas federais em 2016, em parte compensada pela volta do setor ao Simples. Mas, o fato é que, à medida que vamos vencendo os desafios conjunturais, torna-se mais claro um grande entrave estrutural: o fato de a cachaça ser ainda uma ilustre desconhecida do consumidor, do varejista e, muitas vezes até, do atacadista brasileiro.

O segmento ainda se move num nicho, muitas vezes gastando a maior parte do tempo olhando o próprio umbigo e fechado atrás da porteira e à beira do alambique.

Como resolver isso? A resposta ressoou em cada sessão e conversa da *Cúpula*, como um mantra: conhecimento. O que precisamos fazer é apresentar, da forma mais correta possível, a Cachaça às pessoas. Do resto, a excelência da bebida e a qualidade da nossa produção dá conta. Nas próxima páginas, um pouco mais sobre o que aconteceu na **V Cúpula**.

Por aclamação, a Cúpula escolheu seu novo presidente para o biênio 2017–2018: o barbudo Maurício Maia

OS **DESAFIOS** DO MOMENTO

Cúpula discutiu questões como a necessidade de levar conhecimento sobra cachaça à tropa dos bares e elegeu sua nova diretoria

Começando pelo final, ou, mais propriamente, pelo futuro. No último dos três dias da **V Cúpula da Cachaça** (29 de janeiro), foi eleita a nossa diretoria para o biênio 2017-2018, composta por Maurício Maia (presidente) e Manoel Agostinho Lima Novo (secretário-geral).

O cúpulo Maurício Maia foi indicado pelo ex-presidente Milton Lima. Por sua vez, Maia indicou a recondução do cúpulo Manoel Agostinho. Como não houve outras chapas inscritas, passou-se à eleição. Maia e Agostinho foram eleitos por aclamação, com o voto dos 12 cúpulos presentes, sem registro de abstenções. A nova diretoria tomou posse imediata, enquanto esse redator e cúpulo prestava as devidas homenagens a Milton Lima, que foi um dos idealizadores e líderes da Cúpula e, quando tornou-se inevitável que elegêssemos um presidente, para fins de representação, assumiu a árdua tarefa.

Antes da eleição, discutimos os seguintes temas:

1 – *Cachaça, presente e futuro: os desafios (sessão com a participação de produtores e outros elos da cadeia da cachaça);*

2 – *Imagem da Cachaça, como trabalhar, consolidação de uma cultura;*

3 – *Nova IN de Envelhecimento;*

4 – ***Cachaça Industrial x Artesanal** – disputa ou complementaridade?*

5 – *Do canavial à mesa, onde estão os entraves?*

6 – ***Exportação:** a cachaça como produto estratégico;*

7 – *Desrespeito à IN 13 (teor alcoólico);*

8 – *III Ranking Cúpula da Cachaça (ajustes no regulamento);*

9 – *Coquetelaria, caminhos e possibilidades.*

DESSAS DISCUSSÕES, SURGIRAM MUITAS IDEIAS E PROPOSTAS, ALGUMAS DAS QUAIS RESUMIMOS A SEGUIR.

TREINAMENTO

Diante da premissa da necessidade de ampliar a base de consumidores e 'devotos' da cachaça, a Cúpula definiu que uma de suas prioridades em 2017 será fomentar o conhecimento e a capacitação na ponta da cadeia: os donos de bares e restaurantes, seus gerentes e maitres e, principalmente, garçons e bartenders, aqueles que lidam diretamente com o público e podem fazer a diferença na escolha da cachaça, no âmbito da disputa pelo consumidor com outras bebidas. Iniciativas nesse sentido já vêm sendo tomadas no Rio e em São Paulo e devem ser anunciadas em breve. "Esse é um retorno que nós daremos à sociedade", pontuou Cesar Adames.

O cúpulo Leandro Batista, que constantemente comanda treinamentos do tipo, defendeu a proposta. "Quando se treina alguns membros de uma equipe, isso tem uma capacidade de se replicar internamente enorme. Cria uma cultura de admiração pela cachaça. Eu acho curioso que o produtor, quando lança uma cachaça, chama a gente para conhecer. Por que não chama também uma brigada?"

A decisão, tomada em discussão interna, conquistou o apoio do Instituto Brasileiro da Cachaça (Ibrac) durante a reunião aberta de sábado. O diretor Carlos Lima anunciou que capacitação será um dos principais vetores de atuação do órgão nos próximos semestres. A Cúpula da Cachaça convida toda a cadeia a unir-se nesse esforço.

PROJETO RABO DE GALO

O projeto Rabo de Galo foi apresentado durante a Cúpula da Cachaça pelo cúpulo Mestre Derivan como um projeto dos bartenders brasileiros. O objetivo é tornar o tradicional Rabo de galo – coquetel criado em São Paulo e que vem sendo reinventado e desdobrado em milhares de variações dentro da receita clássica à base de cachaça e bitter – em um dos drinques que compõem a carta de drinques da International Bartender Association (IBA) (ver artigo de Mestre Derivan nas próximas páginas).

Por aclamação, a Cúpula decidiu por um apoio ativo ao projeto do cúpulo Derivan e dos bartenders brasileiros. Durante o debate sobre Coquetelaria com Cachaça, que teve ainda a participação especialíssima do bartender Jean Ponce, o projeto ganhou o apoio unânime dos produtores e outros devotos da cachaça presentes. Lembramos que Mestre Derivan teve papel fundamental na inclusão da caipirinha na carta da IBA.

EXPORTAÇÃO: A CACHAÇA COMO PRODUTO ESTRATÉGICO

Os cúpulos abordaram a necessidade de aumentar as exportações de cachaça (que hoje representam apenas 1% da produção total). Apesar de inúmeros produtores buscando esse caminho – que, inlcusive, pode contrabalançar momentos de crise no mercado interno – e o

número de empresas de cachaça no mercado externo ter crescido no último ano, subsistem entraves para uma aceleração desse processo.

"Vivo ouvindo de produtores uma mesma pergunta: 'como eu faço para exportar?'", contou Maurício Maia. "A verdade é que o próprio site do MDIC (Ministério do Desenvolvimento Comércio e Indústria) não conta com informações para os produtores".

Vários cúpulos lembraram a necessidade de criar, com vistas a uma futura expansão das exportações, alternativas para atender a uma demanda mais firme pelo produto brasileiro. "Os produtores de cachaça tem extrema dificuldade de trabalhar com associativismo", narrou Leandro Marelli. "No Espírito Santo, nenhuma tentativa funcionou por muito tempo".

"Os produtores menores não dão conta sozinhos de exportar", disse Nelson Duarte. "Mas exstem muitas alternativas a serem exploradas. Por exemplo, a criação de blends regionais especialmente voltados para o comércio exterior".

De toda forma, muitos cúpulos ressaltaram que é necessário um trabalho permanente de promoção da cachaça no exterior. "É a situação que temos aqui, mas ainda pior. É preciso fazer com que as pessoas conheçam a cachaça lá fora. São poucos os que conhecem", lembrou Erwin Weimman.

Esse cúpulo redator lembrou que adianta muito pouco repetir a desinformação de que a cachaça é o terceiro destilado mais consumido do mundo. "Isso leva a uma distorção: a ideia de que se conhece a cachaça. Não se sabe nem o básico no exterior. Ainda estamos na fase do exotismo. É preciso apresentar o produto e seus atributos".

ENVELHECIMENTO

A Cúpula da Cachaça também debateu as novas normas para envelhecimento em estudo no Ministério da Agricultura. Foi reafirmada a postura contrária à publicação de listas de madeira de envelhecimento – o que estava previsto na proposta inicial, que foi posta em consulta pública. "Isso impede as pesquisas que vêm sendo feitas, engessa a cachaça", protestou Nelson Duarte.

Erwin Weimman, que é químico de formação, fez uma ressalva: "Vi muita gente experimentando com madeiras, sem uma análise fitoquímica das espécies usadas. Isso chega a ser perigoso".

Manoel Agostinho Lima Novo, que frequentemente representa a Cúpula nos encontros da Câmara Setorial, contou que a posição do grupo foi defendida naquele coletivo e já está próxima de se tornar consensual.

Se beber não dirija. Respeite a vida.

Proibida a venda para menores de 18 anos.

Medalha de OURO
no pré-lançamento

CONCOURS MONDIAL BRUXELLES
Médaille d'Or
Gold Medal

RESERVA ESPECIAL WERNECK

Excelência em cachaça.
Surpreenda-se.

O incomum processo de armazenamento sequencial em jequitibá e carvalho proporciona uma cachaça com aromas extremamente agradáveis e complexos com traços cítricos intensos e frutados. Verdadeiramente único!

Na boca revela-se frutada com nuances florais. Muito fina, equilibrada, aveludada e persistente. Degustar a Cachaça Werneck Reserva Especial será uma experiência inesquecível.

Conheça toda a nossa linha de produtos.

Cachaça
WERNECK

www.cachacawerneck.com.br
facebook.com/cachacawerneck
contato@cachacawerneck.com.br

Em cima, à esquerda: Mestre Derivan,, Maurício Maia, Carlos Lima (Ibrac), Cesar Adames, Marcelo Nordskog (Reserva do Nosco), Dirley Fernandes, Celso Lemos (Gouveia Brasil), e Erwin Weimann. Jean Ponce (de amarelo), Roberto Brasil (Gouveia Brasil), Manoel Agostinho e Illan Oliveira (Solution). Alexandre Bertin (Sapucaia), Leandro Batista, Lucas Mendes (Tabua), Carlos Eduardo Oliveira (Leblon) e Milton Lima. Maria Célia Ferreira e Wilson Barros (Wiba!) e Leandro Marelli. Reinaldo Silva (51), Nelson Duarte e Sidnei Maschio

Jean Ponce, Sidnei Maschio e Rafael Bonicontro ouvem Wilson Barros

OS CAVALEIROS DA **TÁVOLA REDONDA**

A primeira sessão aberta da história da Cúpula teve a participação de produtores de Cachaça de quatro estados, além do Ibrac e de representantes dos outros elos da cadeia produtiva, trocando informações com os cúpulos e buscando caminhos para a evolução do mercado

Nas quatro edições anteriores da Cúpula da Cachaça, as sessões de discussão de temas relativos à cachaça eram restritas aos cúpulos. A ideia era promover um ambiente de troca franca de ideias e informações, que embasavam posicionamentos individuais e, sobretudo, coletivos. Esses posicionamentos eram espalhados pelos cúpulos durante todo o ano nas suas variadas atividades e, claro, divulgados nos canais de comunicação da Cúpula da Cachaça. Esse formato gerou muito conhecimento e uma atuação extremamente positiva da Cúpula como instituição e de cada cúpulo na valorização e conquista de espaços pela Cachaça.

Com a proposta de uma aproximação maior com a cadeia produtiva da Cachaça e na busca por uma atuação mais afinada de todo o setor na defesa de suas bandeiras e na identificação dos desafios a serem vencidos, resolvemos, no ano passado, convidar representantes da produção de vários estados, portes e visões de mercado para trocar ideias com os cúpulos durante a V Cúpula da Cachaça.

Tivemos uma resposta extremamente positiva e, no

“O Simples foi uma negociação que se alongou por dez anos

sábado, 28 de janeiro, sob um calor de 35 graus, estávamos reunidos numa grande roda na Cachaçaria Macaúva (Analândia-SP) para o debate ‘Cachaça, presente e futuro: os desafios’. Foram mais de três horas de uma discussão extremamente profícua, que apontou caminhos para a remoção dos entraves que dificultam a necessária ampliação do público do nosso destilado nacional.

Estiveram presentes os produtores Marcelo Nordskorg (Reserva do Nosco-RJ), Natanael Bonicontro (Companheira-PR), Roberto Brasil e Celso Lemos (Gouveia Brasil-MG), Carlos Eduardo Oliveira (Leblon-MG), Lucas Mendes (Tabua-MG), Alexandre Bertin (Sapucaia-SP), Wilson Barros (Wiba-SP) e Reinaldo Isaias da Silva (51), além de Carlos Lima (Instituto Brasileiro da Cachaça, Ibrac), Ilan Oliveira (ditribuidora Solution Comercial) e Jean Ponce (Bar Guarita).

Além deles, completavam a roda os 13 especialistas da Cúpula da Cachaça.

TRIBUTAÇÃO

Como de hábito, o enorme peso da carga tributária sobre a cachaça (calculada pelo IBPT em 81%) foi um dos temas mais discutidos. O Instituto Brasileiro da Cachaça (Ibrac), na pessoa de seu diretor executivo, Carlos Lima, informou sobre as complexas negociações levadas a cabo em Brasília para a adoção de uma alíquota mais factível para o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), após o grande avanço que representou o retorno da Cachaça ao Simples. Lima lembrou que a defesa das demandas da indústria requer estratégias e perseverança. “O Simples foi uma negociação que se alongou por dez anos até que as circunstâncias se tornassem favoráveis para nós”, disse, demonstrando confiança de que novos avanços ocorram em breve.

Produtores como Wilson Barros (Wiba) e Marcelo Nordskorg (Reserva do Nosco) falaram sobre as dificuldades enfrentadas diante da alta e complexa carga tributária. “Temos que lutar para que isso mude. E mude rápido, porque do contrário, a sobrevivência do pequeno estará inviabilizada”, disse Barros, contando sobre as dificuldades dos primeiros anos de seu negócio. Bonicontro, da Companheira, se manifestou sobre as dificuldades encontradas pelos pequenos com a questão tributária, as dificuldades com a distribuição e se posicionou contra a exportação de cachaça a granel. “Cachaça produzida no Brasil deve ser engarrafada aqui”, defendeu. Outros presentes ponderaram que tal medida poderia prejudicar diversos modelos de negócios existentes e por estabelecer.

A ideia da mudança de taxação dos destilados para

até que as circunstâncias se tornassem favoráveis para nós"

Carlos Lima, diretor executivo do Instituto Brasileiro da Cachaça (Ibrac)

um modelo por volume de álcool também foi ventilada, mas uma série de inconvenientes foram apontados.

INFORMALIDADE

O tema da informalidade também esteve na mesa. Foram colocadas em discussão as diferenças entre o pequeno produtor familiar que necessita de apoio para enfrentar os desafios de uma produção legalizada e aquele que busca tão somente as vantagens de estar fora do ambiente legal de tributação.

Lucas Mendes (cachaça Tabua) lembrou que os processos burocráticos para legalização dos negócios é tão complexo que "o cara que produz pouco acaba se desinteressando".

O tema da cachaça clandestina também foi debatido. Carlos Eduardo (Leblon) foi assertivo e, recordando o seu passado como extensionista, afirmou: "Não contem comigo para uma caça às bruxas contra o produtor clandestino".

Carlos Eduardo e Lucas Mendes, da Tabua, contaram sobre a experiência de ambos, dando suporte a produtores informais de Patos (MG) e Salinas (MG), respectivamente, no sentido de prepará-los para, futuramente, alcançar a formalização.

DISTRIBUIÇÃO

Outro tema que teve destaque nas discussões foi o da distribuição, identificada como o principal gargalo no caminha da cachaça entre a porteira e a mesa do consumidor. Lucas Mendes (Tabua) contou sobre o trabalho que realizou em São Paulo, especialmente nas periferias, acompanhando a visita dos distribuidores para passar informações sobre a cachaça. "Conseguimos levar a Tabua para muitos pontos, andando por todos os lados diariamente, ao lado dos vendedores. Mas foi um trabalho pesado e ao longo de tempo, insustentável. Exige uma estrutura maior".

Alexandre Bertin (Sapucaia) frisou o pouco conhecimento do distribuidor sobre o produto. "Ele não sabe o que é a cachaça, quais são as diferenças entre uma cachaça de produção mais restrita e um pouco mais cara. Só sabe e quer falar da questão comercial, do preço. É preciso trabalhar para levar o conhecimento sobre cachaça para esse distribuidor e trabalhar para

À esquerda, Carlos Lima (Ibrac), entre Marcelo Nordkog (Reserva do Nosco) e Reinaldo Silva (51). Ao centro, Rafael Bonicontro (Companheira), o abraço de Milton Lima e Carlos Eduardo Oliveira,. Embaixo, Roberto Brasil (Gouveia Brasil) e Maurício Maia.

desenvolver os canais de distribuição mais especializados. Mas tudo esbarra na falta de informação", disse.

Presente na discussão, o distribuidor Illan Oliveira (Solution) contou que, na passagem do distribuidor ao varejista, o entrave maior é a informação. "Ainda subsiste o preconceito. A gente ainda precisa trabalhar muito para apresentar o nosso produto ao cliente. Ainda há muitos que acham que a cachaça não é um produto de primeira linha, que deva estar nas melhores casas".

CONQUISTANDO CORAÇÕES E MENTES

Carlos Eduardo (Leblon) e Carlos Lima (Ibrac) pontuaram as melhoras no cenário. "Essa é uma discussão de dez anos. Mas o surgimento de espaços e instituições como a própria Cúpula da Cachaça mudaram o cenário de valorização do destilado. É outro mundo agora", disse Carlos Eduardo.

O cúpulo Dirley Fernandes falou sobre as estratégias necessárias para a valorização da Cachaça. "Temos que trabalhar os conceitos e atributos que são os diferenciais da Cachaça: a ligação profunda com o Brasil, a autenticidade, a variedade, a organicidade, a excelência… São esses os diferenciais que podem levar a Cachaça a ganhar espaço de outros destilados. Temos que ganhar corações e mentes".

Marcelo Nordskorg concordou, dizendo que "o produtor está sempre batendo na tecla da tributação e tem que ser assim. Mas é necessário divulgar a cachaça, para que ela seja vista como um produto de importância e de valor. "O papel da Cúpula é muito importante nesse sentido", disse ele.

Carlos Lima, do Ibrac, lembrou do trabalho feito pelo instituto nesse sentido e da importância da regulamentação da Identidade Geográfica da cachaça, conseguida recentemente, para dinamizar esse trabalho no exterior.

Natanael Bonicontro (Companheira) pontuou que há dificuldades de acesso para os pequenos tanto em relação à distribuição quanto à chegada no mercado externo. "O mercado é protegido. Não conseguimos acesso".

Nesse ponto da discussão, veio à tona as relações entre grandes produtores industriais e produtores menores. Celso Lemos, da Gouveia Brasil, fez um alerta importante. "Não podemos falar mal de outra marca de cachaça, como por exemplo, a industrial. Isso será lido pelo consumidor como uma restrição ao produto como um todo".

O cúpulo Mestre Derivan fez uma revisão de várias iniciativas de divulgação da cachaça das quais participou, em parceria com marcas e distribuidores. E concluiu: "Quando a gente vende cachaça, tem que vender paixão. Isso que temos que passar para cada vez mais consumidores. A estratégia que todos temos que seguir é a de ampliar o público de apaixonados por cachaça. A Cachaça está aí. Todos vocês fazem produtos ótimos", disse, se dirigindo aos produtores. "Agora, temos que nos unir para fazer com que essa cachaça chegue a mais pessoas". (Dirley Fernandes).

Em cima: os cúpulos Leandro Batista e Cesar Adames, ao lado de Lucas (Tabua), Carlos Eduardo (Leblon) e Celso Lemos (Gouveia Brasil). À direita, Dirley Fernandes gesticula,, ao lado de Lucas. Ao lado, Marcelo Nordskog fala do garrote tributário

SEM PÉ NEM CABEÇA, PURO CORAÇÃO.

Tradicionalmente conhecida pela cachaça, Lençóis Paulista é o lugar onde produzimos a premiada ***Cachaça Engenho São Luiz*** através de fermentação natural em quantidades limitadas.

Durante a destilação, feita em alambiques de cobre, são desprezadas as cachaças produzidas no início *(cabeça)* e no fim *(pé)* do processo. Somente o *coração* da cachaça é utilizado na sua produção, elevando ainda mais a qualidade de nossos produtos.

VISITE NOSSO NOVO SITE:

WWW.CACHACASAOLUIZ.COM.BR

/ENGENHOSAOLUIZ /CACHACASAOLUIZ

ENGENHO SÃO LUIZ

CACHAÇA FEITA COM O CORAÇÃO

BEBA COM MODERAÇÃO.

agencia zum.com.br

VEM AÍ O III RANKING CÚPULA DA CACHAÇA

O maior e mais abrangente concurso do nosso destilado começa em agosto

A Cúpula discutiu, agendou e atualizou as normas do III Ranking Cúpula da Cachaça;

O maior concurso de cachaças do país, que tem por objetivo chamar a atenção para o nosso destilado e fomentar a produção de qualidade, terá início já em agosto. E tem novidades.

A estrutura vitoriosa de três etapas, seguida nas edições anteriores, está mantida. Lembrando: a primeira fase é o Voto Popular, que formará o elenco das 250 cachaças que comporão o elenco do Ranking, o time que, de fato, mostra relevância no mercado e passa para o crivo dos especialistas. É o momento de cada marca mobilizar os seus admiradores para mostrar sua presença no coração dos devotos da cachaça. Publicaremos esse rol, como sempre, sob o nome "Cachaças mais queridas do Brasil", na segunda quinzena de outubro.

A segunda fase é a "Seleção dos Especialistas", na qual um painel que esse ano terá cerca de 50 nomes definirá o elenco das 50 cachaças que serão ranqueadas, o qual será publicado em dezembro.

A finalíssima será realizada, em degustação às cegas, durante a VI Cúpula da Cachaça, em janeiro, em Analândia (SP). Divididas em baterias com seis a sete amostras cada uma, as cachaças serão avaliadas durante dois dias em seus aspectos visuais, olfativos e gustativos e pontuadas sob diversos quesitos, entre os quais o mais importante: a personalidade.

O ranking completo e a Cachaça do Ano serão conhecidos no início de fevereiro de 2017.

A grande novidade é que o Ranking será apresentado de uma única forma em 2018: com separação entre cachaças brancas (inox e madeiras neutras) e amadeiradas. A melhor pontuada nas duas categorias será eleita a Cachaça do Ano.

As duas edições até aqui realizadas do Ranking Cúpula da Cachaça foram tema de mais de 1,5 mil publicações de 20 estados brasileiros e no exterior, ajudando a levar o nosso destilado a públicos raras vezes atingidos.

A participação na fase do Voto Popular comprova a capacidade de mobilização do Ranking. Na primeira edição (2014), foram 4 mil votantes, na segunda (2016), chegamos a 22.418 votantes (cada pessoa só pode votar uma vez). Na terceira...

A página do Ranking no site da Cúpula é visitada diariamente por pessoas de todas as latitudes, servindo como um guia seguro para todos os atores do mercado. A presença na listagem das melhores cachaças do ano tem sido um handicap importante para muitas marcas.

Lembrando: a Cachaça do Ano, em 2014, foi a Vale Verde 12 Anos. Em 2016, a campeã foi a Porto Morretes Premium. Em 2018...

CACHAÇA

Gogó da Ema

SÃO SEBASTIÃO - ALAGOAS

PROMOVA

Somos Loucos por cachaça, e você?

www.cachacagogodaema.com.br cachacagogodaema@hotmail.com (82) 3241-4237

RABO DE GALO
PAIXÃO BRASILEIRA

Os bartenders brasileiros têm uma meta: levar o coquetel nascido nas biroscas paulistas para a lista da *International Bartenders Association*

Por **MESTRE DERIVAN**

Ao longo dos últimos cinco anos, atrás do balcão de uma cachaçaria, ouvi essa pergunta algumas centenas de vezes e, depois de matutar, passei a dar sempre a mesma resposta.

O Estado de São Paulo teve todo um programa para a comemoração do seu quarto centenário (1554 a 1954). Era muito comum ver, na época, as figuras do prefeito da cidade, o Sr. Jânio Quadros, e o governador Lucas Nogueira Garcez, em sucessivas reuniões no Parque do Ibirapuera, em obras aceleradas para as grandes comemorações festivas.

Com uma visão futurista, o enge-

Mestre Derivan defende nosso coquetel, ao lado do bartender Jean Ponce, durante a V Cúpula da Cachaça

nheiro Lucas Nogueira Garcez, queria transformar São Paulo na grande locomotiva do Brasil, tanto industrialmente quanto culturalmente. Foi dada a oportunidade a muitas empresas para se estabelecer em São Paulo, por meio de grandes cargas isenções e outros benefícios.

Entre essas empresas, veio uma produtora de bebidas italiana, de olho na grande colônia italiana que vivia em São Paulo. Era a *Cinzano*.

Esta empresa iniciou uma pesquisa para saber o que as pessoas bebiam e como bebiam e a resposta foi rápida bebem Cachaça. A maneira mais comum era colocara Cachaça em pequenos copos e, antes de beber, oferecer um gole para o Santo, e algumas orações, pedindo proteção.

A ideia, então, foi associar a popular bebida brasileira ao seu produto principal, um vermute rosso.

A *Cinzano* tomou cuidado para entender como o brasileiro toma a sua Cachaça, e apenas seguiu o ritual. Coube à fábrica de Multividro, localizada no bairro de Belém, a criação do copo diferenciado seguindo as especificações dos Italianos para o serviço de sua bebida junto com a Cachaça.

Este copo tinha uma marcação destacada para o vermute e outra para a Cachaça, não tinha como errar. Agora a etapa seguinte era dar um nome a esta mistura, a sugestão inicial foi chamá-lo de cocktail , prontamente rejeitada. Deveria ser um nome em português. Então foi feita a tradução para o português e ficou *Rabo de Galo*.

O *Rabo de Galo* é o coquetel mais consumido no Brasil. Você acredita? Ele não tem uma receita exata, no entanto, em sua criação, a proporção original foi 2/3 de Cachaça para 1/3 Vermute. E não há uma técnica de preparação fixa: bebidas podem ser misturadas em um copo de mistura com gelo ou no copo tipo *shot*.

De São Paulo, o *Rabo de Galo* se espalhou para o resto do país e acabou ganhando características em cada região. Em Minas Gerais, *Rabo de Galo* é feito com Cynar, é chamado Traçado. No Rio, as bebidas se misturaram de tal forma que, para muito, *Rabo de Galo* passou a designar qualquer mistura com base na cachaça, indistintamente.

Vamos falar um pouco da cachaça. A bebida é um dos produtos que melhor ilustram todas as ações, tensões e contradições por trás das mudanças que permeiam a história do sistema agroindustrial brasileiro. Pode-se dizer que a história deste produto, assim como da cana-de-açúcar, está entrelaçada com a história brasileira.

Produzida em todos os estados brasileiros e exportada para mais de cinquenta países, a cachaça traz hoje ligada à produção e ao consumo atores, governamentais ou não, que há anos se organizam para transformar a história e, portanto, o destino desta bebida. Esta rede busca em suas ações melhorar a produção, adaptá-la aos melhores padrões nacionais e internacionais de qualidade e fazer com que ela chegue ao consumidor da melhor forma possível.

A TRADUÇÃO DO COCKTAIL

Dos balcões dos bares populares para os mais sofisticados foi um longo caminho. Agora, os bartenders querem fazer com que em todos os grandes bares do mundo, os apreciadores tenham a possibilidade de poder preparar e servir aos seus clientes o drinque mais consumido no Brasil. Chegou o momento de tornar o *Rabo de Galo* um *cocktail* internacional.

O caminho para isso será incluir o *Rabo de Galo* na seleta lista de coquetéis da *International Bartenders Association* (IBA). Trata-se de um rol onde entram apenas os drinques considerados os mais clássicos do mundo, com as respectivas receitas canônicas. Todo barman world class precisa conhecer os coquetéis dessa lista.

São ao todo 94 drinques, tendo

por base os grandes destilados globais. E a cachaça tem apenas uma modesta, ainda que valorosa participação, com a nossa gloriosa Caipirinha.

O projeto, portanto, é levar o *Rabo de Galo* a ser o segundo coquetel brasileiro e o segundo coquetel à base de cachaça da lista da IBA, o que daria forte impulso ao nosso drinque, à nossa coquetelaria e, claro, à cachaça.

Não é uma tarefa fácil. A IBA discute a entrada de novos drinques em prazos longos, muitas vezes de dez em dez anos. É uma caminhada difícil, para a qual é preciso unir todos os esforços.

Com as campanhas em andamento, no entanto, a expectativa é que logo o mundo vai conhecer o *Rabo de Galo*. Isso virá a reboque do movimento que os bartenders realizam em busca do resgate de cocktails brasileiros, usando como base a Cachaça e ingredientes brasileiros e, eventualmente, fazendo releituras de clássicos.

A lista é encabeçada pela combinação de cachaça e vermute, que nasceu simples e barata, fez seu nome no balcão da padaria, ganhou o nome divertido que traduz a palavra coquetel inglês, e está chegando às cartas os melhores bares.

Hoje o drinque ganhou status e, nos últimos tempos, tem sido solicitado como qualquer clássico. Inclui-lo na lista da *Associação Internacional de Bartenders* (IBA) será um passo decisivo para a internacionalização.

Esse cúpulo aqui fará esforços como os feitos em 1994, quando conseguimos incluir a caipirinha na lista da IBA. A *Associação Brasileira de Bartender* (ABB) colocou o coquetel na agenda do encontro global, que é anual. O *bartender* David Barreiro, que é um dos organizadores deste movimento de recuperação de cocktail, explica qual é o grande handicap do *Rabo de Galo*: "Ele tem um sabor mais internacional, é fácil de preparar, pode ser feito em qualquer lugar do mundo, ao contrário da caipirinha que, no preparo, exige um pouco mais de técnica e leva o limão tahiti, que não é encontrado em qualquer país".

Nos bares que contam com bons *bartenders*, toma-se muito cuidados ao preparar o *Rabo de Galo*. Ele é feito com medidor sempre à mão e com gelo de qualidade. A temperatura mais baixa reduz a percepção de amargor e do alcoólico da Cachaça, deixando o coquetel menos agressivo e mais fácil de ser apreciado.

Afinal, como nasce um clássico? Bem, geralmente começa com uma história para contar e disponibilidade internacional dos ingredientes. A partir daí, se cair no gosto popular, ganha relevância, visibilidade e reprodução. É a hora do *Rabo de Galo*.

RABO DE GALO

Largamente consumido pelos apreciadores de Cachaça, o **Rabo de Galo** alcançou os bares elegantes da Cidade de São Paulo e o Brasil através de uma marca de vermute italiana , a *Cinzano*, que associou sua bebida à tradicional Cachaça. A receita — e essa é uma das qualidades dela — é bem flexível. Essa é a minha.

Ingredientes:
80 ml de Cachaça
30 ml de vermute rosso

Modo de preparo:
Em um *mixing glass*, coloque gelo, em seguida os ingredientes , misture bem e sirva em uma taça Coupe previamente gelada. Finalize com uma casca de limão.

'ME DÁ UMA **DOSE DE PINGA**'

Por **LEANDRO BATISTA**

É comum no meu dia a dia de trabalho, na Butique da Cachaça ou nos treinamentos e eventos de que participo, ouvir alguém dizer que pinga é aguardente ruim e cachaça é a bebida boa.

Mas o fato é que pinga é só um sinônimo de cachaça, assim como tantos outros, como "água que passarinho não bebe", "aquela que matou o guarda", "dengosa", "birita" etc...

Quando usamos todas essas nomenclaturas, estamos nos referindo sempre à cachaça, definida por lei como o destilado do mosto fermentado da cana-de-açúcar, com graduação alcoólica de 38% a 48% e produzida aqui no Brasil.

Os brasileiros precisam entender o que significa a palavra "Cachaça", e como ela representa uma bebida que está tão estreitamente relacionada à história do nosso país, em campos como a cultura, as tradições e a economia.

Mas, na minha opinião, não há mal algum em chegar a um bar em qualquer quebrada desse país e pedir: "Me dá uma dose de pinga". Ora, quem faz isso, sem dúvida, está se referindo à cachaça, a um produto, independentemente da marca que o estabelecimento disponha.

Ouço muitas pessoas que utilizam o termo "pinga", de forma algo desdenhosa, para se referir a cachaças mais populares, como Velho Barreiro e tantas outras. De modo geral, usam o termo para as cachaças produzidas em colunas (industrializadas), e guardando o nome "cachaça" para as bebidas mais refinadas, como a Claudionor, entre tantas – aquelas que são destiladas em alambiques de cobre. Essas últimas são cachaças que, de modo geral, apresentam mais riqueza de aromas e sabores e também se diferenciam pelo uso de barris de madeira para envelhecimento, o que é pouco comum nas cachaças industriais.

Acho que quem está usando os termos dessa maneira está construindo um equívoco. Devemos lembrar que os dois são cachaças... e são pingas! O que diferencia essas bebidas não é o nome que se dá a elas e, sim, os diferentes processos de produção.

Cada produto tem suas características sensoriais próprias, escala de produção, posicionamento de mercado e um monte de outros atributos. Porém, todos são destilados produzidos no Brasil e vem do mosto da cana e é isso que define o que é cachaça - ou, se preferir, pinga. De resto, o importante é que o mundo conheça nossa bebida.

Por **MILTON LIMA**

A CARTA DE CACHAÇAS
E SEU MENSAGEIRO, O GARÇOM

Há uma onda crescente de cartas de cachaças elaboradas por especialistas ocupando os balcões para atender um mercado que está com muita sede de novidades. Pegando onda no bom momento que vive a cachaça, muitos restaurantes estão prestando atenção a esse detalhe que faz toda a diferença. Quem ganha com isso não é apenas o dono do bar, o consumidor e os produtores de cachaça. É toda uma cultura histórica e gastronômica que é patrimônio do país que é revalorizada e lançada em direção ao futuro.

Mas é importante entender que elaborar uma carta não é listar meia dúzia de cachaças encontradas com o distribuidor de preferência. Uma carta deve ser cuidadosamente elaborada, considerando uma miríade de fatores, para que ela seja representativa e abrangente. A carta de cachaças é a interface entre o bar e o cliente. Então, precisa, acima de tudo, ser amigável.

O processo de elaboração da carta ideal não é simples e só termina com o treinamento da brigada

Uma carta tem que ser elaborada primeiramente conhecendo bem o restaurante ou bar para o qual o projeto é desenhado. A carta tem que ter a cara do bar – as cachaças têm que seguir a mesma vibração para que haja uma

sinergia entre o copo e a mesa.

Não faz sentido, por exemplo, colocar cachaças refinadas e caras, com belas garrafas, em um bar simples, cujo foco sejam espertinhos de carne, assim como não é o caso de colocar cachaças mais simples em restaurantes refinados. Os dois casos criariam um abismo entre as cachaças e a clientela.

A carta de cachaças é parceira dos cardápios. As cachaças devem se harmonizar com os pratos e o profissional que for desenvolver essa carta terá que tomar esses cuidados, estudando com o devido cuidado as opções culinárias da casa.

Os fatores determinantes que devem ser considerados na composição de uma carta são os prováveis consumidores, as preferências regionais, a localização, o espaço físico, o ambiente, o orçamento, o tipo de serviço e o número de clientes a serem atendidos. A harmonia entre esses elementos é o diferencial de uma carta bem elaborada.

O formato das cartas e a sua apresentação, muitas vezes, podem ser aspectos de atração do restaurante e das cachaças oferecidas, numa reação inconsciente do consumidor. Como um facilitador ou instrumento de informação, deve trazer a quantidade adequada de informações sobre os produtos oferecidos, com linguagem acessível.

A carta é um objeto de informação – e é preciso espalhar mais informação e mais conhecimento sobre a Cachaça. Só assim poderemos diminuir o peso que o destilado nacional brasileiro carrega de preconceito. É através da educação e do conhecimento que se vence o preconceito.

Mas, agora. cabe uma pergunta: de que vale uma carta bem feita, com belo design, com avaliações precisas e produtos adequados se o garçom – o principal condutor de informações – não estiver preparado para levar essa carta até o cliente? Tudo foi por água (*que passarinho não bebe*) abaixo.

O treinamento da brigada de combate é tão importante quanto a confecção de uma carta – garçons e gerentes de casas têm que conhecer a carta, tem que conhecer a importância da nossa cultura. Ou todo o trabalho anterior terá sido inútil.

Por isso, considero a carta um instrumento que reverbera informações – mas desde que toda a equipe esteja envolvida na causa. O garçom é o carteiro, o homem que não pode falhar ou a mensagem não chega.

Por isso, por favor, senhor garçom, traga a carta de cachaças para mim.

Usar a cachaça como base para a produção de outras bebidas, apesar de ser uma prática das mais antigas, ainda é um caminho subaproveitado, mas que oferece amplas perspectivas. Veja quem saiu na frente

OS FILHOS DA CANA

Por **CESAR ADAMES**

A cana-de-açúcar é uma das matérias-primas mais versáteis para a elaboração de bebidas. Ela pode ser utilizada para a produção da nossa cachaça, do rum e de álcool neutro que pode ser utilizado na produção de diversos outros tipos de bebidas.

Em alguns casos, até mesmo a cachaça já pronta pode servir como base para a criação de outras bebidas que, por motivos de legislação, não podem nem devem ser chamadas de cachaça. No Decreto 4 851, de 2003, o artigo 92 diz o seguinte sobre a cachaça:

"Cachaça é a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, com graduação alcoólica de 38% a 48% em volume, a 20º Celsius, obtida pela destilação do mosto fermentado de cana-de-açúcar com características sensoriais peculiares, podendo ser adicionada de açúcares até seis gramas por litro, expressos em sacarose"

O texto editado pelo governo federal surgiu para disciplinar a

produção e a comercialização de cachaça no Brasil. Isso, infelizmente, não impediu o mau uso da palavra para a promoção de algumas bebidas. É possível encontrar em alguns pontos de venda bebidas com o nome utilizado de forma errada – o que acaba confundindo o consumidor. Exemplos de produtos com denominações do tipo 'cachaça de banana', entre outras aberrações, são frequentemente encontrados nas prateleiras.

Mas também temos casos de uso correto da denominação para produtos nos quais a cachaça ganha um ou mais ingredientes em sua elaboração.

Uma das marcas pioneiras a utilizar a cachaça em composição com outro ingrediente foi a cearense Ypioca que, em 2006, lançou uma edição comemorativa de seus 160 anos. A Ypioca 160 é uma aguardente composta com malte, tendo a graduação alcoólica de 39%. Importante: está bem identificado no rótulo que o produto consiste numa combinação de aguardente e malte.

DRINK ENGARRAFADO

Uma das combinações mais prazerosas e tradicionais de se fazer com a cachaça é adicionar um pouco de mel e limão. A combinação fica doce, saborosa e acaba agradando aos mais diversos paladares, inclusive quem não tem o costume de apreciar a bebida.

Que tal então engarrafar esta combinação? Foi o que fez Carlão de Oliveira, em 1998, quando criou a Busca Vida, na cachaçaria Alambique de Salvador. O nome vem de uma praia baiana paradisíaca, pertinho da capital.

No rotulo da garrafa vem descrito o que é a combinação: bebida alcoólica mista de cachaça, limão e mel. Atualmente, ela é produzida e engarrafada em Bragança Paulista, no interior de São Paulo. Com um marketing boca a boca e participação em diversos eventos, a bebida caiu no gosto dos jovens e principalmente das mulheres.

Outras empresas também começaram a produzir bebidas com esta mesma fórmula, cuja origem se perde na bruma dos tempos, como a Carvalheira, de Recife, com a Santa Dose, e a mineira B, produzida pelo piloto Nelsinho Piquet.

Recentemente, grandes produtores como Ypioca e 51, lançaram suas versões e, em fevereiro deste ano, a Sagatiba lançou sua versão que, além de cachaça, mel e limão, traz a lima como complemento.

BOCA TREMENDO

A cachaça de jambu foi criada em 2011 pelo empresário Leodoro Porto, que, há 19 anos, é o proprietário do boteco Meu Garoto, que fica no centro de Belém e é especializado em cachaças. Leo, como costuma ser chamado por todos, já tinha feito testes com diversos produtos paraenses, como a cachaça de açaí, de bacuri, cupuaçu, castanha e outras, mas foi o jambu que fez sucesso.

A receita que leva cachaça produzida em um alambique do Ceará e jambu, uma erva da Amazônia largamente usada na culinária paraense, faz com que quem prove a bebida sinta seus lábios tremerem e ficarem dormentes. Ela ganhou reconhecimento nacional por conta da divulgação feita pelo chefe Thiago Castanho, do restaurante Remanso do Peixe, e de Alex Atala, que começou a vender a bebida no seu restaurante Dalva e Dito, em São Paulo.

No rótulo da garrafa temos duas informações: Cachaça de Jambu, em letras grandes, o que não é permitido por lei, e aguardente de cana composta com jambu na parte inferior do rótulo, que expressa realmente o que a bebida é.

AÇAÍ À FRANCESA

Produzido pela Maison Leblon, que fabrica a cachaça Leblon e a Reserva Especial Signature Merlet, o licor Cedilla é feito com açaí orgânico da Amazônia e foi lançado em 2013. Cada garrafa de Cedilla é feita a partir de 500 frutas de açaí orgânico da Amazônia de alta qualidade que são macerados e combinados com a cachaça Leblon, resultando em uma bebida de sabor frutado, com notas de chocolate e especiarias.

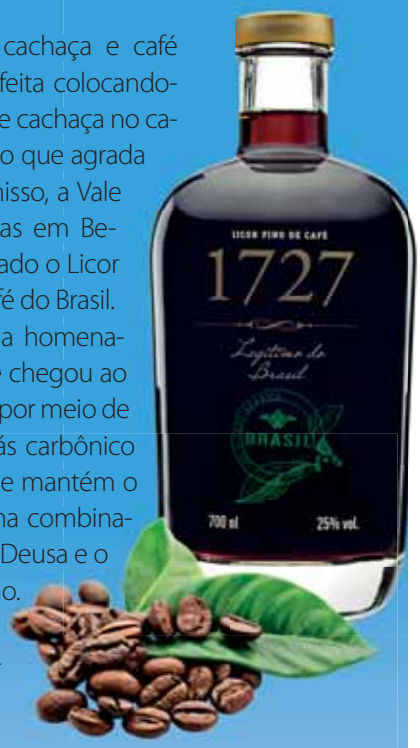
Criada pelo master distiller francês Gilles Merlet a bebida tem 25% de teor alcóolico e já recebeu a medalha *double gold* na edição 2013 do *San Francisco World Spirit Competition*, na categoria licor de frutas.

É interessante ressaltar que licores à base de frutas são muito conhecidos e apreciados na Europa e Estados Unidos, mas, no Brasil, esta categoria de bebidas é muito mal aproveitada e a cachaça poderia ser muito mais utilizada em sua elaboração.

HORA DO CAFÉ

A combinação entre cachaça e café tradicionalmente é feita colocando-se algumas gotas de cachaça no cafezinho nosso de cada dia, o que agrada a muita gente. Pensando nisso, a Vale Verde, que produz cachaças em Betim (MG), colocou no mercado o Licor 1727, o primeiro licor de café do Brasil.

O nome do licor é uma homenagem ao ano em que o café chegou ao Brasil. Sua produção é feita por meio de um processo que utiliza gás carbônico e que extraí todo o aroma e mantém o olfato do café. O licor é uma combinação entre a cachaça Minha Deusa e o café arábica, tipo exportação. Sua garrafa é francesa e foi desenvolvida especialmente para a bebida.



GIM... CANA

Sua origem foi a Holanda, ganhou destaque por conta dos ingleses que fizeram dela sua bebida nacional, mas hoje em dia ganhou o mundo. O consumo de gim no mundo todo vem aumentando ano a ano e, além das principais marcas importadas à disposição nas prateleiras, já temos gins produzidos por aqui.

O pioneiro, lançado em 2016, foi o Virga Gim, produzido em Pirassununga, interior de São Paulo, e que utiliza a clássica receita de botânicos onde o zimbro é o ingrediente fundamental. Ao invés de utilizar álcool neutro de cereais, no entanto, como usual para essa bebida, é utilizada cachaça artesanal produzida pelo Engenho Pequeno na sua elaboração. Outras marcas lançadas depois também utilizam a cana-de-açúcar como base, apesar de isso não ser mencionado nos rótulos.

MELADO E AMADEIRADO

Direto de Bom Despacho, no interior de Minas Gerais, a Cachaçaria Melicana acaba de colocar no mercado a sua aguardente de melado. A empresa começou produzindo aguardente de mel e depois cachaças.

A aguardente de melado é feita do melado da cana-de-açúcar, obtido pela redução do caldo de cana até que ele fique engrossado, quase ao ponto da rapadura. Envelhecida em barris de castanheira e de ipê, a bebida é misturada posteriormente para criação de um blend com estas madeiras, resultando em coloração amarela ouro e sabor amadeirado.

ARTESÃO DA CANA

Outro exemplo de uso da cachaça como base é a linha de aguardentes compostas da Microdestilaria HOF, que fica em Serra Negra, interior de São Paulo.

A Sortilégio é uma infusão elaborada a partir de uma cachaça mono destilada local, cascas de laranjas serranas cortadas à mão, além de uma seleção de ervas finas, especiarías e frutas secas, com 41% de graduação alcoolica.

O Curato é uma aguardente premium, também elaborada com cachaça mono destilada da região, grãos de Coffea arábica, cascas de laranja cortadas à mão e frutas secas, com 39% de teor alcoólico.

Um amigo no balcão

O bartender é o amigo de todos. Ele precisa sentir o mood de cada pessoa que senta no seu bar, acolher e levar um pouco de conforto e alegria. Mais que isso, o bartender é capaz de fazer com que uma noite transcenda e se torne mágica, com as cores, aromas e sabores de seus coquetéis.

Mas, quem é o amigo do bartender? Com quem ou o que ele pode contar para sua mágica de todas as noites? Seu equipamento, seu conhecimento e os insumos, os ingredientes que formam a base das combinações que criam um mundo de sensações. Sem a base, nada funciona.

Os produtos da Stock são amigos fiéis do bartender. Com eles, quem se arrisca na arte de compor um drinque – seja profissional ou amador – já sabe que pode contar com alta qualidade e sabores de verdade para mergulhar de cabeça nos voos da imaginação.

A elegância do St. Remy, a versatilidade da linha Kali, a distinção única do Amaretto Del'Orso, os sabores concentrados dos licores, o toque preciso de amargor do Mezzamaro, compõem uma linha que não pode faltar atrás do balcão, fazendo companhia ao amigo bartender.

E para provar isso, seguem oito receitas com produtos da linha Stock elaboradas pelo decano dos bartenders brasileiros, o cúpulo Mestre Derivan. Saúde!

Amêndoas com cachaça

- 50 ml de cachaça
- 30 ml de Amaretto Del Orso
- 15 ml de suco de limão

MODO DE PREPARO

Em um *shaker* coloque gelo, e os ingredientes, bata bem coe e sirva em uma taça Martini, com a borda envolta em limão e açúcar.

Canário

- 40 ml de cachaça
- 30 ml de suco de abacaxi
- 20 ml de suco de laranja
- 30 ml de Stock Peach
- Completar com Citrus

MODO DE PREPARO

Em um *shaker* coloque gelo, em seguida a cachaça, os sucos e o *peach*, bata bem, sirva em um copo *hurricane* com gelo, complete com citrus, misture bem decore com laranja, hortelã e cereja.

Cachaça Rouge

- 50 ml de cachaça
- 15 ml de kaly grenadine
- 3 cubos de abacaxi
- 3 cubos de kiwi
- 2 cubos de tangerina
- 3 folhas de hortelã

MODO DE PREPARO

Em um copo *on the rocks*, coloque as frutas, o kaly, macere levemente, acrecente gelo, a cachaça, misture bem, finalize com folhas de hortelã.

Praia Vermelha

- 40 ml de Cachaça
- 30 ml de kaly maracujá vermelho
- 15 ml de Stock curaçau red
- 15 ml de suco de limão siciliano
- Complete com água de coco

MODO DE PREPARO

Em um *shaker* coloque gelo em seguida a cachaça, o kaly maracujá, o suco de limão.
Bata bem, sirva em um copo *long drink* com gelo, complete com água de coco, misture bem, finalize com fatias de laranja, maçã verde e cerejas.

Charme

- 50 ml de cachaça
- 30 ml de St. Remy
- 15 ml kaly morango
- 4 amoras
- 3 cerejas
- 4 fatias de carambola

MODO DE PREPARO

Em um copo *on the rocks* coloque as frutas, o kaly, macere, coloque gelo, a cachaça e o St. Remy, misture bem finalize com fatias de carambola e cerejas.

Paixão

- 40 ml de cachaça
- 30 ml de kaly framboesa
- 4 cubos de tangerina
- 4 cubos de kiwi

MODO DE PREPARO

Em um copo *on the rocks*, coloque as frutas, o kaly framboesa, macere bem, coloque gelo e a cachaça, misture bem decore com fatias de kiwi.

St. Remy Shine

- 50 ml de cachaça
- 30 ml de St Remy
- 2 pedaços de abacaxi
- 2 colheres de polpa de maracujá
- 2 ramos de manjericão
- 1 colher de açúcar

MODO DE PREPARO

Em um copo *on the rocks*, coloque as frutas, o açúcar, pressione com um macerador, em seguida gelo, a cachaça, o St. Remy, misture bem finalize com ramos de manjericão.

Verdes Mares

- 40 ml de cachaça
- 20 ml de kaly maçã verde
- 30 ml de St. Remy
- 4 cubos de melão
- 4 cubos de abacaxi
- Completar com Club soda

MODO DE PREPARO

Em um copo *long drink*, coloque as frutas, a cachaça, o St. Remy, o Kaly e o gelo, complete com a *club soda*. Misture bem decore com fatias de maçã verde e cereja.

INOVAÇÃO, SIM, DESCONTROLE, NÃO

O uso de madeiras brasileiras para o envelhecimento é um dos trunfos do nosso destilado. Mas é preciso estarmos atentos para não pecar pelo excesso e destruir oportunidades

Por **ERWIN WEIMANN**

A utilização de madeira para emprestar cor, sabor e aroma aos destilados surgiu espontaneamente, devido à substituição das antigas ânforas de barro usadas outrora para o armazenamento das bebidas por barris de madeira.

Nos primeiros tempos, a maioria dos destilados era consumida como saía dos alambiques. Essa é o caso da vodka, da grappa, da bagaceira, do gim e de aguardentes em geral. As exceções a essa regra são o cognac e, depois, o whisky e o rum.

Os barris eram construídos de forma ovalada para facilitar o seu manuseio nas cargas e descargas dos navios. O formato permitia que a operação pudesse ser feita por apenas um homem.

Já as pipas, tonéis e dornas, com aduelas retas, são recipientes de guarda, não transportáveis e, usualmente, com capacidades maiores do que a dos barris.

BARRIS: SECAGEM E TOSTA

A evolução da técnica na utilização de madeira nas tanoarias deu-se principalmente na Europa e nos EUA e se baseou em dois fatores principais: a secagem e a tosta interna.

No processo de secagem, as boas tanoarias armazenam as madeiras já cortadas por um período de três anos, sendo o primeiro ano a fase da desidratação, que garante a estabilidade dimensional das aduelas. No período restante, com duração de 24 meses, dá-se a redução dos taninos e a formação de aldeídos fenólicos e glucose, compostos ricos em complexidade aromática.

Já na fase de tosta interna das aduelas e tampas, a tecnologia evoluiu para um controle de tempo de queima e temperatura, com cada uma dessas dimensões emprestando características diferentes que mais adiante se refletirão no sensorial dos destilados.

Hoje, os quatro tipos de tostas internas são classificados de quatro maneiras, a saber:

1 - ***Tosta leve ou ligeira*** *– 200°C de queima, em 50 minutos. Conserva mais os taninos e o aroma da madeira original e propicia as características dos herbáceos.*

2 - ***Tosta média baixa*** *– 250°C de queima, em 55 minutos Degrada termicamente os polissacarídeos da madeira, proporcionando complexas transformações nos aromas.*

3 - ***Tosta média alta*** *– 270°C de queima, em 60 minutos. Alta degradação dos polissacarídeos, elevando o aroma dos tostados.*

4 - ***Tosta alta ou forte*** *– 300°C de queima, em 65 minutos. Degrada aldeídos e ácidos fenólicos, proporcionando aromas defumados e turfados.*

Tosta: processo deve ter controle rigoroso

Jequitibá: madeira brasileira de alto valor para a tanoaria da cachaça

A queima com fogo natural vem sendo substituída pela utilização de resistências elétricas ou queimadores infravermelho, facilitando o controle da tosta e sua operação no sentido horizontal, evitando o empilhamento dos barris, operação difícil de ser controlada.

AS MADEIRAS BRASILEIRAS

Enquanto para o envelhecimento de destilados, em todo o mundo é utilizado exclusivamente o carvalho, da família Quercus, e principalmente das espécies Alba, Robur, Petraea e Sessiliflora, no Brasil são empregadas cerca de 25 madeiras que fazem parte da flora brasileira.

Estas madeiras já vem sendo utilizadas há muitas décadas e são citadas em livros e artigos especializados como apropriadas para esta aplicação.

Há poucos anos, começaram a surgir os blends, a partir de cachaças envelhecidas em barris com estas madeiras. Essa prática proporciona uma infinidade de possibilidades de novos aromas e sabores para as cachaças envelhecidas, o que se contrapõe à mesmice dos destilados envelhecidos apenas em carvalho.

Em contato com importadores, distribuidores e mixologistas no exterior, nós pudemos sentir o acentuado interesse destes profissionais pelos caminhos que o Brasil têm percorrido nessa arte, com prognósticos muito promissores.

Como um dos muitos exemplos possíveis, vimos, no último Concurso Mundial de Bruxelas, a cachaça Weber Haus Sete Madeiras ganhar a medalha duplo ouro – a principal honraria desse certame ¬–, o que comprova o interesse e reconhecimento pelos destilados que lançam mão das madeiras de nossa flora.

No entanto, embora sejamos partidários da Inovação e do Desenvolvimento Tecnológico, urge fazer um alerta importante, em relação a um fator que tem preocupado alguns estudiosos desta arte.

Na esteira deste possível e plausível sucesso, estamos nos deparando com iniciativas de pesquisas com novas madeiras somente no aspecto sensorial, sem a necessária pesquisa científica da fitoquímica destas novas espécies, em especial em relação aos aspectos toxicológicos. O que exatamente essas madeiras emprestarão às cachaças que serão envelhecidas nos barris compostos por elas? Uma pesquisa deste aspecto deve preceder qualquer pesquisa sensorial.

RISCOS NO HORIZONTE

Uma busca desenfreada por novas espécies de madeiras a serem utilizadas no envelhecimento pode até colocar em risco todos estes anos de experimentos com madeiras hoje consagradas – uma quantidade de madeiras que, ao nosso ver, já se tornou excessiva, em face do que é usado no restante do mundo.

Um exagero na variedade de madeiras de apresentação das cachaças pode redundar em retrocesso ou obstáculo para a oportunidade que se apresenta ao Brasil de abrir o mercado externo para os novos sensoriais do nosso destilado.

Mal comparando, é também o caso das novas microcervejarias, que surgem e se desenvolvem passando longe da Lei de Pureza Alemã, de 1516, que determina apenas o uso de malte, lúpulo e água na composição da cerveja. Hoje, nos deparamos com cervejas com frutas, ervas e os mais variados e, não raro, estranhos componentes

A pesquisa, a inovação e as novas tecnologias são muito bem recebidas em nosso setor, porém o cuidado na produção, a cautela nas mudanças de processo e a precaução em relação a elementos que necessitam um aprofundamento do conhecimento se fazem necessários para não perdermos, pela banalização, esta grande oportunidade que está se apresentando no mundo para colocarmos nossa cachaça no patamar que ela merece.

EVITE O CONSUMO EXCESSIVO DE ÁLCOOL – PROIBIDA A VENDA A MENORES DE 18 ANOS

Nós trabalhamos para apresentar a você as melhores cachaças do Brasil

SOLUTION

Especializada em cachaça, a SOLUTION COMERCIAL é a fornecedora oficial do RANKING CÚPULA DA CACHAÇA

Alameda dos Tupinás, 633 – Indianópolis – São Paulo/SP
Tels.: (11) 3062-5183 / 3062-3638 www.solutioncoml.com.br

TEMPO É RELATIVO

Independente do tempo no postulado de Einstein que deu origem na física à Teoria da Relatividade Geral, é importante falar um pouco sobre o tempo no envelhecimento das bebidas e sua relação com os parâmetros que cercam esta atividade.

Primeiro vamos dar atenção ao tamanho dos barris ou tonéis onde a cachaça será envelhecida.

Para que uma cachaça possa ser chamada de envelhecida, o recipiente onde ela será acondicionada não deverá exceder 700 litros, volume determinado pelo Ministério da Agricultura.

Nos barris muito pequenos, **a relação madeira X líquido** (mais madeira que líquido) propicia uma retirada muito rápida dos óleos essenciais da madeira sem o benefício do tempo necessário para as reações esperadas dentro do barril como a formação de ésteres que melhoram o buquê da bebida.

Nos recipientes maiores (existem tonéis acima de 500 mil litros) dá-se o contrário, com o agravante da pouca permeabilidade do oxigênio face à espessura das aduelas.

O segundo aspecto é o galpão onde estarão alojados estes barris para o envelhecimento.

Aqui entra a relação **temperatura X umidade relativa**, fator determinante para evitar grandes perdas por evaporação. Sem a devida proteção térmica e o controle da umidade relativa, em um país tropical como o Brasil pode-se chegar a perdas de mais de 10% ao ano o que torna esta atividade onerosa sob o aspecto econômico.

Técnicas como a nebulização de água através de bicos aspersores ou simples isolamento térmico são muito pouco usadas, sendo que este investimento teria uma amortização muito rápida.

O terceiro aspecto do tempo de envelhecimento é **a relação tempo X marketing**, cujo conceito é "quanto mais velho é melhor e mais caro".

Existem vários trabalhos de mestrado e doutorado em universidades que abordam o tema envelhecimento de cachaça em madeiras, mas um deles conclui que após 48 meses (quatro anos) nada mais ocorre dentro do barril, sob o aspecto químico, em termos de transformações benéficas à bebida.

Manter o destilado no barril pode ter o benefício de retirar mais óleos essenciais da madeira ou o prejuízo de perdas por evaporação pelo tempo excessivo. No que tange ao custo X benefício, é um caso a ser considerado com cuidado.

Fica aqui um ponto a ser discutido pelos produtores e apreciadores da nossa cachaça.

Há mais de 30 anos oferecemos a mais moderna tecnologia da indústria de embalagens de vidro a preços altamente competitivos, atendimento personalizado e pontualidade na entrega para grandes e pequenos produtores. ***Venha se surpreender.***

(31) 3421 2588 • (31) 99552 2588
contato@garrafariaserranegra.com.br
www.garrafariaserranegra.com.br

COMO CONQUISTAR CORAÇÕES E MENTES

Por **MAURÍCIO MAIA**

Muito tem se investido no lançamento de marcas de cachaça. Tecnologia, estrutura e pesquisa garantem a qualidade da bebida. Porém, é necessário mais que isso para chegar ao copo do consumidor

A cada ano pelo menos uma dezena de novas marcas chega ao mercado. Muitas com considerável investimento financeiro em estrutura fabril, incluindo equipamentos e edificações. Porém, muito pouco é feito, seja em ações ou em investimento, quando falamos em distribuição e marketing. Assim, muitas marcas que investiram pequenas fortunas acabam naufragando ou passando por uma profunda alteração de seu planejamento inicial.

A palavra marketing, para o pequeno produtor de cachaça, até parece um palavrão. A maioria dos produtores não faz ideia de como podem ser úteis na inserção e consolidação da sua cachaça no mercado algumas das ferramentas do marketing moderno – em especial, a execução de um bom estudo e um bom planejamento de ações que guie na tomada de decisões corretas, tomadas com calma e a consciência de cada etapa do longo caminho que a sua marca terá que percorrer até conquistar seu público.

PLANEJAMENTO

Produzir uma cachaça de qualidade é uma atividade que exige dedicação e algum investimento, porém cada nova marca, antes de ser lançada ao mercado, deve fazer um planejamento detalhado e abrangente, que olhe para todas as etapas da cadeia produtiva. É preciso conhecer o mercado, analisar a concorrência, identificar pontos fortes, desafios e pontos fracos, definir identidade e público consumidor, entre outros fatores.

Conhecer o público consumidor é fator decisivo para várias etapas do planejamento, pois sem isso não conseguimos sequer definir o perfil sensorial da nossa cachaça. Não temos como escolher uma garrafa adequada ou desenvolver um design de rótulo e embalagem que fale a esse consumidor. Quem acha que vai vender para todo mundo acaba não vendendo para ninguém.

Outra área que é menosprezada é a distribuição. Pouquíssimos produtores separam parte de seu capital para investir na distribuição de seu produto. Não adianta simplesmente colocar a marca em um distribuidor e achar que vai vender cachaça da noite para o dia. É necessário algum investimento. É preciso fazer degustações, apoiar eventos, apresentar o seu produto em bares e restaurantes fazendo um corpo a corpo e estabelecendo uma relação comercial sadia com bartenders, maitres e chefs. E dessa forma ir pouco a pouco criando uma imagem para a marca. Não existe consolidação de marca e construção e imagem sem um pequeno investimento. O distribuidor não é somente um tirador de pedidos. Ele deve fazer um trabalho conjunto com o produtor, e muitas vezes, com o "embaixador" de uma marca.

REDES SOCIAIS

Bem, superada a questão da distribuição, vem a segunda tarefa da esfera comercial, o produto precisa vender. Hoje em dia nem os grandes produtores dispõe de verba para investimentos milionários em mídias de massa (TV, rádio, jornais e tevistas, mídia exterior, etc). Dessa forma, fazer com que o produto venda nos bares e restaurantes que acreditaram na marca é um fator primordial para a continuidade da relação comercial, pois, se a cachaça não vender rapidamente, o comerciante não vai repetir o pedido e as portas estarão abertas para um concorrente. Para ajudar na criação de demanda, as mídias sociais são uma boa saída, pois com investimentos menores e mais razoáveis, conseguimos atrair e engajar um público fiel. Seja em campanhas próprias ou apoiando projetos que envolvam influenciadores e gerem grande exposição, as marcas conseguem atingir seu consumidor através do fator aspiracional, criando uma imagem positiva da marca e acima de tudo empatia pela categoria.

Maurício Maia: é preciso criar uma personalidade para a marca

Porém, não adianta a melhor cachaça do mundo estabelecer uma boa relação com distribuidores e pontos de venda e investir em comunicação (analógica ou digital), se a apresentação de seu produto não for condizente com o público que se está buscando atingir. Não adianta optarmos por falar com um público jovem, de alto poder aquisitivo e apresentar um produto que vem em uma garrafa simplória e com um rótulo e design amadores. A escolha do conjunto garrafa/programação visual é de fundamental importância para a conquista desse consumidor. Ninguém vai a um baile de gala de chinelos e bermuda, da mesma forma que ninguém vai à praia de smoking. E isso tem um nome: adequação.

É simples: basta trabalhar com os estereótipos e criar uma personalidade para a marca. Por exemplo: para um público jovem, uma garrafa esbelta, com um rótulo com alguma transparência, cores vibrantes e grafismos limpos. Para um público mais velho e clássico, escolha uma garrafa sólida, com um rótulo que misture cores sóbrias com dourado, cobre ou prateado, usando algum relevo e uma tipologia rebuscada. Que fique claro que isso é só um exercício, pois sem uma boa base de pesquisa de mercado – outra área que praticamente inexiste na categoria de cachaça de alambique – não podemos afirmar com precisão qual o melhor perfil para o design de

Balcão e prateleiras do Mocotó (SP)

uma embalagem e a comunicação com o público almejado.

De qualquer forma, o importante é escolher, nesse mercado tão competitivo, um conjunto garrafa/rótulo que seja em primeiro lugar bonito; em segundo, que se destaque das demais em uma prateleira ou gôndola de supermercado; em terceiro, que seja adequada ao perfil do estabelecimento e do consumidor.

Temos hoje no mercado diversas opções de garrafas, nacionais e importadas, por preços extremamente acessíveis, que não se limitam às tradicionais garrafas âmbar (cerveja) e padrão (Cachaça do Brasil) e que podem ser adquiridas em quantidades pequenas.

DIFUSÃO DE INFORMAÇÃO: A GRANDE CHAVE

Uma outra ferramenta importante – e também pouco trabalhada – é a informação ao consumidor e, principalmente, para quem deve oferecer ou servir a cachaça. Em um bar ou restaurante, temos diferentes profissionais responsáveis pelo serviço e venda de bebidas. É com essas pessoas que precisamos falar, fornecendo informações que devem ir além de uma marca específica, mas versem sobre toda a categoria da cachaça. Seja garçom, bartender, maitre ou sommelier, o produtor deve estar preocupado em fornecer condições e subsídios para que estes profissionais possam executar o seu trabalho. No final da cadeia, quem vende as marcas, quem põe – literalmente – a cachaça no copo do consumidor, são eles.

Dessa forma, chegamos à conclusão que um dos maiores desafios da cachaça hoje é a difusão da informação. Seja ela informação técnica, prática, histórica, de serviço ou simplesmente curiosidades... todas estas informações são importantes para se estabelecer uma abertura ou um vínculo com o cliente ou amigo que queremos ver pedindo e apreciando uma boa cachaça, criar empatia e derrubar tabus e preconceitos.

Informação ajuda o pequeno produtor a melhorar a qualidade do produto; ajuda a enxergar a importância de se fazer uma embalagem bonita, adequada, e que se encaixe dentro de sua previsão de custos; ajuda a abrir portas de bares e restaurantes; ajuda a treinar uma equipe nos estabelecimentos, para que saibam o que estão vendendo e possam oferecer a melhor opção para o cliente; ajuda a disseminar uma cultura popular: a cultura cachaceira. Saúde!

Blend

A BUSCA DA HARMONIA PERFEITA

Temos no mercado cachaças extremamente complexas, capazes de agradar a todos os paladares. Um dos fatores responsáveis por essa qualidade e diversidade é a introdução nos alambiques do profissional denominado de *master blender*.

Por **LEANDRO MARELLI**

Se tentarmos traduzir a palavra *blend*, vamos nos deparar com misturar, combinar, harmonizar, unir e fundir. Ou ainda, experimentação, habilidade, seleção, trabalho coletivo, encaixe e seleção. Podemos também dizer que se trata de misturas de diferentes coisas ou estilos. Em bebidas, o termo *blend* está diretamente relacionado aos termos *corte* ou *mistura*, muito usado para classificar uísque – uma bebida destilada, preparada a partir de cereais fermentados e, normalmente, maturada em barris de carvalho.

A blendagem (ato de produzir o *blend*) é uma prática normal na indústria de uísque e consiste na mistura, em diferentes proporções, de um destilado pouco encorpado com vários destilados fortemente encorpados, visando à obtenção de um produto consistente e de sabor característico. Na produção do uísque escocês, os cortes podem

incluir misturas de 20 a 50 uísques puros de malte com 2 a 5 uísques de grãos, sendo que a mistura final, geralmente contém uma maior proporção de uísque de grãos (60% a 70%). Cerca de 90% dos uísques disponíveis no mercado são uísque "cortado", ou *blended whisky*.

Já os uísques *single malts* são bastante apreciados por sua raridade e pelos seus aromas e sabores mais intensos. Este tipo de uísque é produzido com 100% de cevada maltada e destilado em alambique numa mesma destilaria. Se fizermos um paralelo, a maioria arrasadora das nossas cachaças seria um *single*, ou singular. Se os produtores de cachaça usassem o padrão de cortes do uísque *blended*, seria considerado um *blend* a cachaça oriunda da mistura de varias cachaças destiladas em diferentes destilarias, com uso, inclusive, de cachaça destilada em coluna (destilação contínua).

Leandro Marelli: chegada dos master blenders aos alambiques agregou complexidade ao nosso destilado

PARA QUE O PRODUTOR POSSA INSERIR NO MERCADO UMA CACHAÇA PADRONIZADA E DE QUALIDADE, É PRECISO EXAMINAR TODO O PROCESSO

Mas, deve-se ressaltar que, com exceção dos uísques *single cask* ou *single barrel* – que são os provenientes de um único barril –, todos os demais uísques são misturas. Os próprios *single malt* são normalmente misturas de uísques de vários barris, o que pode ser chamado de *blend* interno (padronização). Esse processo de mistura antes do engarrafamento é importante para homogeneizar as características do produto final, já que, embora os barris possam ser de mesmo tamanho, formato e feitos com a mesma espécie de madeira, eles não serão idênticos, e impactarão o destilado de maneiras distintas durante a maturação.

Padronização é um dos termos técnicos da produção do nosso destilado. Normalmente, a cachaça passa por uma padronização antes de ser envasada, seja ela prata, armazenada ou envelhecida. Essa padronização consiste no estabelecimento de um padrão uniforme para a bebida produzida durante uma mesma safra, ou entre produtos oriundos de safras distintas, independentemente do método de fermentação, cepa de levedura, variedade de matéria-prima processada, etc. Para que o produtor de cachaça possa inserir no mercado um produto padronizado e de qualidade comprovada, há a necessidade de se examinar todo o processo, apontando os principais aspectos a serem observados, a fim de obter, em cada uma de suas etapas, os melhores resultados.

Na indústria de uísques, os cortes (*blends*) ou a padronização (*blend* interno) são tradicionalmente realizados por avaliadores especialistas em cortes, que possuem muitos anos de experiência e treinamento. Essas pessoas conhecem quais sabores do destilado podem ser produzidos por determinado destilador, quais desses sabores são desejáveis no produto final e como as características do uísque se desenvolvem durante a maturação. Hoje, pode-se afirmar que a cachaça está em um patamar de qualidade equivalente a qualquer destilado produzido no mundo, inclusive os melhores uísques. Temos no mercado cachaças extremamente complexas, com uma diversidade enorme de aromas e sabores, capazes de agradar aos mais diversos paladares, nos seus variados níveis de exigências. E um dos fatores responsáveis por essa qualidade e diversidade é a introdução nos alambiques da figura do especialista em cortes, o profissional denominado de *master blender*.

O *master blender* é capaz de selecionar a proporção ideal de cortes, a fim que estes possam contribuir com o máximo de suas possibilidades ao *blend*. O objetivo desses profissionais não é apenas manter a alta qualidade das bebidas, mas também garantir um produto com qualidade e características constantes no mercado a cada ano.

O envelhecimento é um fator que tem influência preponderante no sabor e aroma de qualquer destilado, o que inclui a cachaça. O processo 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 o perfil aromático obtido depende de diversos fatores, como a espécie da madeira, origem geográfica, processo de fabricação, capacidade dos barris, tempo de envelhecimento, número de vezes de reutilização do tonel, teor alcoólico da bebida estocada, tempera-

PROMOBEBIDAS 31 99627 9369
TIZIU
Legitimamente
do BRASIL
TIZIU
CACHAÇA DE SALINAS
JAQUEIRA
47%VOL | 670
TIZIU
CACHAÇA DE SALINAS
OURO - BÁLSAMO
44%VOL | 670ML
TIZIU
CACHAÇA DE SALINAS
ÚNICA
44%VOL | 670ML
TIZIU
CACHAÇA DE SALINAS
PRATA - JEQUITIBÁ
44%VOL | 670ML
TIZIU
CACHAÇA DE SALINAS
VIRGEM
44%VOL | 670ML
TONEL & PINGA
Cachaças do Brasil
DISTRIBUIDORA
Produtos Tonel & Pinga
www.reidacachaca.com.br
(21)3617-1717
Rei da Cachaça
TIZIU
CACHAÇA DE SALINAS

tura, umidade e atmosfera do local de armazenamento.

O envelhecimento traz complexidade e a arte do *master blender* é combinar a riqueza dessas diferenças e sutilezas e criar composições únicas e surpreendentes. O maior desafio é encontrar equilíbrio e harmonia, sem perder a complexidade.

O produtor de cachaça, diferentemente do uísque, tem a possibilidade de usar diversas espécies de madeiras brasileiras. A madeira nacional é de fácil obtenção e possibilita a transferência de compostos característicos de cada espécie, em termos de cor, aromas e sabores. Temos listadas algo próximo de 40 espécies de madeira utilizadas no processo de fabricação de tonéis e dornas com fins de armazenar e envelhecer cachaça. Diversas fontes descrevem números variando entre 25 a 28 madeiras testadas e estudas. Mas, dentre essa diversidade de madeira, as espécies nacionais mais utilizadas são: amburana (*Amburana Cearensis*), amendoim (*Pterogyne nitens*), bálsamo (*Myroxylon balsamum L. Hauris*), jatobá (*Hymenaea courbaril L*), jequitibá rosa (*Cariniana legalis*), araruva ou araribá (*Centrolobium tomentosum Guillem*), cabreúva (*Myrocarpus frondosus*), grápia (*Apuleia leiocarpa*) e ipê roxo (*Tabebuia heptaphylla*).

Em decorrência dessa complexidade química e diferenças sensoriais é que o trabalho do *master blender* se apresenta como fundamental para preparar um produto de sucesso. A composição do *blend* é que irá determinar o caráter, a riqueza, a complexidade, a intensidade, a sutileza e a personalidade do produto final destinado ao mercado. Esta é a responsabilidade de um *master blender*, e seu trabalho pode determinar a preferência do consumidor por uma determinada cachaça.

SABORES E HARMONIAS

A cerejeira, amburana ou umburana transfere para a bebida uma cor lembrando o amarelo claro a dourado, podendo chegar a um vermelho escuro intenso, dependendo da intensidade de extração dos congêneres de envelhecimento. No aroma, deve apresentar-se suave, com notas sutis de canela (especiarias) e baunilha, acompanhada de um adocicado moderado. Quando há uma extração excessiva dos congêneres, a cachaça apresenta uma percepção de doçura acentuada, devido à presença marcante do ácido vanílico, típico dessa madeira e responsável pelo sabor adocicado. Nesse caso, ela se mostra excelente para ser usada em *blends* com cachaças envelhecidas em madeira como carvalho e castanha-do-pará.

Já o bálsamo, cabreúva ou pau-bálsamo permite que a cachaça adquira uma coloração amarelo claro a esverdeado com aromas herbáceos intensos, lembrando erva-doce. No sabor, normalmente apresenta adstringência e picância moderada. É bastante utilizado em *blends* com cachaças envelhecidas em carvalho e/ou amburana.

Araruva ou araribá permite que a cachaça adquira cor amarelo-claro, com aromas delicados característicos de buquê floral. Destaca-se perante às demais madeiras brasileiras pela viscosidade. Já o amendoim empresta para a bebida um aroma sutil, pouco perceptível, e aporta coloração levemente amarelada e sabor levemente adstringente. Normalmente essa madeira aparece pouco, preservando os aromas da cana e da cachaça branca, mas oferece segurança ao paladar menos escolado, por atenuar a sensação de acidez.

Outra madeira amplamente usada é o jequitibá. O jequitibá branco é indicado para tonéis de armazenamento da cachaça, pois confere sabor e aromas quase imperceptíveis, além de manter a coloração clara. O jequitibá rosa, bastante utilizado para armazenar grandes volumes de cachaça (entre 10 m3 a 50 m3), oferece cor dourada, além de aromas e sabores agradáveis, com buquê complexo comparável com o carvalho americano.

SE BEBER NÃO DIRIJA. APRECIE COM MODERAÇÃO.

SALINAS LIMITED,
ESPECIAL COMO AS MELHORES COISAS DA VIDA.

Produzida na Fazenda Canadá, primeira sede da Cachaça Salinas, em 1998, o destilado premium foi maturado 8 anos em tonéis de Bálsamo e envelhecido 2 anos em barricas de carvalho europeu.

Em embalagem singular, a edição é numerada, limitada a apenas 365 unidades anuais.

Fica nosso convite: faça parte desta história.

FAMÍLIA MEDRADO CO.

WWW.CACHACASALINAS.COM.BR

AS MELHORES CACHAÇAS DO BRASIL

{ Entregamos em todo país }

Distribuidora Savana
Desde 1991
Cachaças

(31) 32973177
cachaca@distribuidorasavana.com.br
savanacachacas.com.br

ALAMBIQUE X

QUEM GANHA COM ESSA BRIGA?

SANTA CANA QUE EXTRAI DA ROÇA,
PURIFICADO SEJA O TEU CALDO.
CACHAÇA SEM MISTURA,
VENHA A NÓS O VOSSO LÍQUIDO A
SER BEBIDO À NOSSA VONTADE,
ASSIM NO BOTECO COMO EM QUALQUER LUGAR.
UMA DOSE POR DIA NOS DAÍ HOJE,
PERDOAI O DIA EM QUE NÃO BEBEMOS,
ASSIM COMO NÓS PERDOAMOS O MAL
QUE A "MARVADA" NOS FAZ,
QUANDO BEBIDA EM EXCESSO.
NÃO NOS DEIXEIS CAIR ATORDOADOS,
LIVRAI-NOS DO PORRE.
AMÉM

Por **NELSON DUARTE**

COLUNA

É melhor alimentar uma divisão interna no setor ou se unir para conquistar mais espaço no mercado de destilados?

Precaução e caldo de galinha não fazem mal a ninguém. Todo apreciador de carteirinha deveria fazer uma oração dessas ao sair de casa. Afinal, tem tanta marca de cachaça no mercado que toda ajuda vai ser bem-vinda para acertar na escolha daquela que vai agradar ao seu paladar.

Não estou aqui questionando a qualidade de nenhuma delas, mas existe cachaça para todos os gostos e bolsos. Nem sempre a da garrafa mais bonita ou a mais cara é necessariamente a melhor. É preciso um pouco de cautela na escolha, e aí, buscar uma boa orientação talvez seja o caminho a seguir.

Nelson Duarte: mais de 15 anos a serviço da cachaça

Mas então, como evitar surpresas desagradáveis ao pedir uma cachaça, se você não for um conhecedor?

Procuro divulgar algumas indicações de boas cachaças que são relativamente fáceis de se encontrar em bares e empórios, mas isso com certeza não é o suficiente.

No caso de bares, o melhor é dar preferência a casas que tenham uma carta de cachaças profissional, com a descrição bem feita de cada cachaça oferecida. Procure evitar as que só relacionam as cachaças, sem nenhuma explicação. Nesse caso, você vai depender da sugestão do garçom, nem sempre um boa opção para se encarregar dessa tarefa. Ele pode acabar te empurrando o que estiver encalhado na prateleira.

Uma boa oportunidade é aproveitar as dicas de especialistas divulgadas em veículos de circulação nacional, como o *Ranking da Cúpula da Cachaça* (disponível no nosso site). Estou na expectativa do próximo, que será encerrado no início do próximo ano e divulgado logo em seguida.

Sem querer ser injusto com ninguém, sempre afirmo que não falo do que não conheço e não recomendo o que não bebo. Escrevo sobre cachaças e destilarias que conheci ao longo desses mais de 15 anos a serviço da cachaça. Por ela e com ela, já cruzei esse Brasil de norte a sul.

E, já que falei do *Ranking Cúpula da Cachaça*, me permita o caro leitor tecer algumas considerações a respeito de uma discussão sem fim que é a disputa fraticida entre métodos produtivos – *alambique* **x** *coluna* –, discussão que divide produtores, fragiliza o mercado e estimula o crescimento de outros destilados.

Nos dois *rankings* até aqui realizados tivemos destacadas entre as 50 melhores do Brasil cachaças de produção industrial, ou de coluna. No *I Ranking*, esteve a então recém-lançada Ypióca Reserva Especial ouro, envelhecida em barris de carvalho, figurando em uma honrosa 15ª colocação. E no *II Ranking* tivemos a grata surpresa de ter a Reserva 51, uma cachaça premium envelhecida três anos em barris de carvalho, classificada em 5º lugar.

VAMOS AOS FATOS...

1. Cachaça se produz em alambique e aguardente se produz em coluna

Mentira. Como vimos acima, as diferenças básicas entre cachaça e aguardente de cana são o intervalo da graduação alcoólica (38-48% para a cachaça e 38-54% para aguardente) e a obrigatoriedade de a cachaça ser produzida no Brasil.

Dessa forma, fica subentendido que no processo de produção da cachaça podem ser utilizados dois tipos de destiladores, sempre tendo em vista o tipo de produto que se busca obter. Portanto, é possível produzir cachaça e aguardente tanto em alambiques quanto em colunas.

2. Os alambiques são de cobre e as colunas de aço inox

Outra mentira. Todas as grandes indústrias produtoras de cachaça têm suas colunas revestidas internamente de cobre ou possuem grandes volumes de fios de cobre entre seus pratos. Portanto, o cobre catalisa a oxidação de compostos sulfurados de aroma desagradável e promove reações favoráveis à cachaça tanto no alambique quanto na coluna.

3. As cachaças de coluna levam aditivos químicos na fermentação

As grandes empresas têm investido tempo e dinheiro no desenvolvimento de tecnologias que melhorem o perfil sensorial da cachaça, e praticamente todas baniram qualquer tipo de aditivo químico na fermentação, inclusive desenvolvendo leveduras predominantes em seus canaviais

e mais adequadas a uma produção de alto padrão. As maiores já passaram a adotar a fermentação por batelada para melhor controle das condições de produção.

4. Cachaça de alambique é mais cara porque é melhor

Preço alto não é sinônimo de qualidade. Boas cachaças não são necessariamente caras, porém, a depender do tipo de embalagem, tempo de envelhecimento e custos de produção, por ter um valor agregado maior, podem ser mais caras.

E isso acontece tanto com cachaças de coluna quanto de alambique. Temos alguns casos clássicos de excelentes cachaças de alambique de alto valor, como a Germana Heritage, a Vale Verde 12 anos ou a Weber Haus Extra Premium Lote 48.

Não podemos, no entanto, descartar igualmente as excelentes Ypióca Cinco Chaves, a linha Reserva 51 e a Pitú Vitoriosa, todas cachaças de coluna de qualidade sensorial destacada e valor de venda similar às suas concorrentes de alambique.

5. Cachaça de coluna não tem tradição no mercado

Nesse ponto, basta lembrar dois fatores básicos. As quatro grandes produtoras ou engarrafadoras de cachaça e/ou aguardente do país começaram a produzir em pequenos alambiques, há muito tempo.

Por exemplo, a Ypióca foi fundada em 1846, portanto tem 171 anos de existência. Já a Pitú foi fundada em 1938 (79 anos) e a Velho Barreiro, em 1950 (67 anos). A caçulinha do grupo é a Indústria Muller, produtora da 51, que foi fundada em 1959, tendo portanto 58 anos de existência.

Fora diversas premiações em concursos internacionais, como *San Francisco Wine and Spirits Competition, New York Wine World Spirits Competition* e *Concours Mondiel du Bruxeles*, três dos principais concursos do mundo. Nos três, algum rótulo de Ypióca ou de 51 já foram premiados. E ambas são produzidas em destiladores contínuos, ou de coluna.

Mas afinal, qual a diferença entre cachaça de alambique e cachaça de coluna? Quais os mitos que envolvem as diferenças entre elas?

Antes de responder ao amigo leitor, vamos esclarecer o que diz a legislação sobre cachaça e aguardente. A Instrução Normativa nº 13, de 29/06/2005, do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento diz: *"Cachaça é a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, com graduação alcoólica de 38 % vol. (trinta e oito por cento em volume) a 48% vol. (quarenta e oito por cento em volume), a 20ºC (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 6g/l (seis gramas por litro), expressos em sacarose*.

Na mesma instrução normativa, a aguardente de cana é definida como "*...a bebida com graduação alcoólica de 38 % vol. (trinta e oito por cento em volume) a 54% vol. (cinquenta e quatro por cento em volume), a 20ºC (vinte graus Celsius), obtida do destilado alcoólico simples de cana de açúcar ou pela destilação do mosto fermentado do caldo de cana-de-açúcar com características sensoriais peculiares, podendo ser adicionada de açúcares até 6g/l (seis gramas por litro), expressos em sacarose*".

Como se nota, a legislação em vigor não determina método produtivo.

Mas afinal, a quem interessa essa briga? Com certeza não é ao segmento Cachaça, que só é prejudicado quando opiniões radicais dividem produtores e confundem o mercado.

Produtores do Brasil, uni-vos!!!

Enquanto brigamos entre nós, outros destilados como vodca, tequila e, mais recentemente, gin, agradecem a desunião e ganham participação de mercado dentro do nosso quintal.

Vamos deixar o consumidor decidir.

UNIDOS, **BEBEREMOS**

De norte a sul do país, as confrarias têm exercido um papel importante na difusão do conhecimento e na valorização da Cachaça. Conheça o trabalho de algumas delas

Por **MANOEL AGOSTINHO LIMA NOVO**

Recentemente, alguém me perguntou como está o panorama da cachaça atualmente, em relação ao que era há dez anos. No que respondi que, embora se tenha muito ainda a fazer, melhorou muito, graças a várias ações que vêm sendo realizadas, isoladamente ou em conjunto. Uma das iniciativas que vêm colaborando para a evolução do mercado é a formação de um consumidor menos leigo para a cachaça. Cursos, palestras e encontros variados caminham nesta direção. E os grandes responsáveis por isto são as confrarias, clubes, academias e agremiações em geral. Precisamos falar desses grupos.

Nos últimos cinco anos, se multiplicaram as agremiações por todo o país cujo objetivo exclusivo é o de divulgar a cachaça. As confrarias ocupam lugar de honra nesse plantel.

Se buscarmos no Aurélio o termo "confraria" encontraremos duas definições clássicas, sendo uma delas a que vamos focar neste artigo: *"associação ou conjunto de pessoas do mesmo ofício, da mesma categoria ou que levam um mesmo modo de vida"*.

Conta a história de que a primeira confraria sem cunho religioso no mundo foi fundada em 1248, sob o nome de Chaine dês Rotisseurs, em Paris (ficou inativa de 1779 a 1950, quando retornou à atividade). Já no Brasil, a confraria ou similar mais antiga foi a Sociedade Brasileira de Amigos do Vinho, fundada em São José dos Campos (SP), em 1982. Aliás, no mundo do vinho pululam as confrarias e grupos que se reúnem para apreciar e discutir a bebida.

Como tudo na cachaça sempre foi mais difícil, demorou muito para que alguém decidisse criar uma confraria ou um clube com objetivos parecidos com as irmãs do vinho

Mas, já no puxando para a cachaça, muitas confrarias e agremiações foram criadas por este Brasil afora com o objetivo de agregar o merecido valor à cachaça, mas o fato é que poucas sobreviveram. Ribeirão Preto, Feira de Santana e Recife, por exemplo, foram palco de agremiações que nasceram e morreram no caminho.

COPO FURADO

Uma das mais antigas agremiações em prol da cachaça é a Confraria de Cachaça do Copo Furado, fundada no Rio de Janeiro em 1994, com o lema: "Unidos beberemos... sozinhos também". Esta realiza duas reuniões mensais, sendo uma fechada aos confrades e outra aberta ao público,

Confraria de Cachaça Copo Furado: pioneirismo na defesa da marvada

Confraria da Cachaça do Brasil: pinga no Planalto

nas quais o foco é sempre a cachaça de alambique. Ainda há a promoção de palestras, degustações e atividades sociais como bailes de carnaval e festas juninas. "Temos orgulho de ser testemunhas da organização e da história social da cachaça nos últimos vinte anos e, sobretudo, de continuar defendendo o espírito de fraternidade e amor à cachaça", diz o confrade Thiago Pires. "É com satisfação que vemos hoje, nas mais simples padarias ou nos mais sofisticados restaurantes, um lugar reservado à boa cachaça de alambique e temos certeza que o trabalho da Copo Furado, através de seus confrades foi e é fundamental para este resultado".

O Clube Mineiro da Cachaça, em Belo Horizonte, tem uma sede pra lá de convidativa, com salão de degustação, e oferece no seu restaurante petiscos e pequenas refeições para acompanhar o vasto repertório líquido.

A Confraria Comida com Cachaça, em São Paulo, busca reunir a aptidão da gastronomia com a cachaça, fazendo uma bela parceria.

CANDANGOS, BANDEIRANTES E GAUDÉRIOS

A Confraria da Cachaça do Brasil, fundada em 2000 no Distrito Federal, segue a linha das mais antigas que estão em pleno funcionamento, com reuniões mensais e está prestes a realizar sua 200ª degustação. Em suas reuniões, se discute sempre os rumos da nossa bebida. A instituição tem cadeira efetiva na Câmara Setorial da Cadeia Produtiva da Cachaça.

Em 2015, surgiu a Confraria Paulista de Cachaça, na capital. Um dos mais ativos e organizados grupos de apreciadores, eles se reúnem mensalmente, oferecendo aos participantes palestras e sempre uma ampla amostra de cachaças para degustação.

Nesta empreitada os pampas não ficaram para trás. Em Bento Gonçalves, em 2011, surgiu a Confraria Gaúcha da Cachaça, que, a partir de 2015 passou a contar também com sede em Porto Alegre, organizando palestras, visitas técnicas, degustações e variadas atividades ligadas ao liquido precioso, incluindo jantares, discussões técnicas, etc.

Há um ano surgiu o Clube Carioca da Cachaça, no Rio de Janeiro, e neste um ano de existência já fez duas visitas técnicas, realizou curso de sommelier de cachaça e ainda de *blend*. O grupo faz reuniões mensais, com divulgação na mídia social de todas as suas atividades. As reuniões são sempre abertas ao público.

E por ai vão todas as demais, como a Confraria Paranaense de Cachaça em Curitiba fundada há pouco tempo, a Confraria de Cachaça do Kariri, a Confraria Paraibana de Cachaça, em João Pesso,a com pouco menos de dois anos de existência, a, a Confraria Goiana da Cachaça em Goiânia. Citemos também o Clube Velhos Curtidos, no Rio de Janeiro, fundado no ano passado, entre outras.

Ainda temos no Rio de Janeiro a decana Academia Brasileira de Cachaça, que segue os moldes da Academia Brasileira de Letras, com membros imortais.

Confraria Paulista: degustações cada vez melhores

Cachaçaria
Harmonie Schnaps

CACHAÇAS ESPECIAIS PREMIADAS

PREMIAÇÕES DAS CACHAÇAS
-Grande Medalha de Ouro na Cachaça Prata em 2013 no Concurso Mundial de Bruxelas
-Medalha de Ouro na Cachaça Envelhecida em 2013 no Concurso Mundial de Bruxelas
-Medalha de Ouro na Cachaça Envelhecida em 2014 na 24ª Edição da Expocachaça em Belo Horizonte/MG
-Medalha de Ouro na Cachaça Prata em 2014 no Concurso Mundial de Bruxelas.
-Cachaça Prata em 2º lugar, na categoria cachaças brancas, no ranking da Revista Sexy/Junho 2014.
-1º Lugar na Cachaça Prata no Concurso das Cachaças Gaúchas 2014.
- Medalha de Prata na Cachaça Prata em 2015 no Concurso Mundial de Bruxelas
-Medalha de Ouro na Cachaça Envelhecida em Amburana em 2016 na 26ª Edição da Expocachaça em Belo Horizonte/MG
-Medalha de Ouro na Cachaça Envelhecida em 2016 no Concurso Mundial de Bruxelas
-Medalha de Ouro na Cachaça Prata em 2017 no Concurso Mundial de Bruxelas
-Medalha de Ouro na Cachaça Envelhecida na Amburana em 2017 no Concurso Mundial de Bruxelas

AQUI TEM AGRICULTURA FAMILIAR
Sabor Gaúcho

Para visitar e conhecer a Cachaçaria, agende uma visita:
(51) 99899-2046 (51) 99652-1808
contato@harmonieschnaps.com.br
Facebook: cachacariaharmonieschnaps
Vale do Rio Caí - Rota dos Sabores e Saberes
Harmonia - RS

Confraria Gaúcha: apoio à excelente produção local

PARA QUE SERVE UMA CONFRARIA?

O que essas agremiações tem feito de especial para a cachaça? A proposta de todas elas é aprofundar o conhecimento sobre nossa genuína bebida, quebrando a discriminação. Algumas utilizam palestras e cursos com o propósito de trazer mais adeptos para o grupo de privilegiados apreciadores da nossa querida branquinha. Outras ainda fazem avaliações sensoriais, dando feedback aos produtores e ajudando-os a melhorar o seu produto, mas, de um modo geral, o que se tem é a criação de uma rede de amigos, em beneficio da bebida. Isto contribui muito para o setor.

José Darci, quando presidente da Confraria Gaúcha de Cachaça, me falou sobre o funcionamento daquela agremiação: "Nosso aprendizado consiste em dedicar uma parte da reunião para estudo teórico e experiências de análise sensoriais, além de visitas de estudo a alambiques num raio de 150 quilômetros".

Uma coisa que percebemos nas reuniões desses grupos é a presença de jovens e de mulheres vem aumentando consideravelmente, o que nos mostra um rompimento da crença de um passado não tão distante de que a cachaça é bebida de velho e de homem.

Por fim, destaco que todo confrade se torna um militante. Com os conhecimentos adquiridos, se transmuta num consumidor exigente, reclamando da inexistência de boas cachaças nos lugares que frequenta e "doutrinando" seus interlocutores.

★ ★ ★ ★ ★

A cachaça em seu lugar de direito

Na presidência da Cúpula da Cachaça

Carta de Cachaças | Sal Gastronomia | Henrique Fogaça

Workshop | Análise Sensorial | Giroflex

FotoS Mateus Verzola

Os projetos realizados pelo especialista em cachaça Milton Lima são sinônimo de sucesso no mercado, iniciativas premiadas, como a Carta de Cachaças da sua Cachaçaria Macaúva, eleita em 2016 a melhor na categoria *Spirits* pela revista Prazeres da Mesa.

Você produtor, entre em contato e conheça o que ele pode fazer para tornar sua Marca e seus produtos ainda melhores. Um brinde!

Milton Lima
ESPECIALISTA EM CACHAÇA

CARTA DE CACHAÇAS
PALESTRAS | WORKSHOPS
DEGUSTAÇÃO | BLENDAGEM
CONSULTORIA
PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO
DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS

milton@macauva.com.br
macauva.com.br

Jean Ponce (ao centro): convidado de honra da V Cúpula fala sobre coquetelaria brasileira, ao lado dos cúpulos Leandro Batista (à esq.) e Mestre Derivan

COQUETELARIA

ALQUIMIAS DA CANA

Fotos: **MESTRE DERIVAN**

O cúpulo **Mestre Derivan** pontifica no bar Número, em São Paulo, e por onde quer que passe com sua energia, criatividade, conhecimento e, o que é mais importante para a gente, paixão pela cachaça. Leandro Batista já foi até chamado de '*Neymar da Cachaça*' e hoje faz suas alquimias na B*utique da Cachaça*, também na capital paulista. Aqui, quatro drinques com cachaça da lavra desses dois campeões da coquetelaria brasileira, que aliás, ao lado de outro craque, Jean Ponce (Guarita), deram show no debate/oficina de coquetelaria da **V Cúpula da Cachaça**.

Farmácia

- 70 ml cachaça Leandro Batista
- 20 ml de Campari
- 10 ml de Underberg

MODO DE PREPARO

No *mixing glass*, coloque gelo, a cachaça, Campari e Underberg,. Mexa com uma collher bailarina. Sirva em uma taça Martini e, para finalizar, use um *twist* de limão siciliano.

Flor de Macaúva

- 50 ml de Cachaça em Jequitibá
- 20 ml de Peach Stock
- 80 ml de suco de laranja
- 15 ml de Kaly Grenadine

MODO DE PREPARO
Em um copo *long drink* , coloque gelo. Em seguida, a cachaça, o licor e o suco. Misture bem, decore com uma fatia de laranja, hortelã e cereja. Finalize com a grenadine.

Cana Pirada

- 50 ml de cachaça em carvalho
- Pimenta vermelha a gosto
- 100 ml de caldo de piranha bem temperado
- ¼ de limão taiti

MODO DE PREPARO
Em um copo ou caneca, previamente aquecido, coloque a cachaça, com o caldo de piranha bem quente. Sirva com o limão e a pimenta à parte.

Cachaça Cream

- 40 ml de cachaça branca
- 20 ml de licor Stock Marula
- 20 ml de Licor de Café
- 20 ml de creme de leite

MODO DE PREPARO
Em um shaker, coloque gelo. Em seguida, os ingredientes. Bata bem e sirva em um copo *on the rocks*, com gelo. Decore com canela, morango e hortelã.

I ♥ cachaça®

Companheira cachaça

APAIXONADOS POR CACHAÇA DESDE 1994

Agosto não faz meu gosto por ser mês de muita secura, em setembro eu já me lembro de águas e fartura e fico à espera da primavera.
Em outubro eu cubro de semente o chão do sertão e deixo o ano ir em frente, cultivando no coração a esperança de que o tempo não me faça traição.
E chegando fevereiro eu junto os companheiros na empreita de fazer a colheita, pra depois agradecer a generosidade da terra aqui neste nosso pé de serra.

Violeiros e cantorinos, cavaleiros e tangerinos, tantos ainda quase meninos, tangem sonhos e boiadas nas chapadas esquecidas, em caçadas cotidianas de sentidos e destinos pra uma vida mediana.
Lida sofrida, trançada de espinhos em caminhos perdidos nos confins deste sertão, o que estará reservado pra mim neste chão, onde dará esta estrada, haverá ainda um porto de chegada, qual será, meu coração, o fim dessa ilusão?

A minha mão é calejada de cabo de enxada e tá pouco acostumada no manejo da caneta, eu sou só um poeta sertanejo e cada palavra rabiscada na minha caderneta é custosa e demorada. Mas é assim que eu prefiro, o verso tendo sido pensado e recitado eu nunca retiro, e do mesmo jeito que eu lido no eito desta vida passageira eu não entro em porfia violeira pra dizer a verdade só pela metade.

Na carreira desta vida a minha lida foi só rimar amor e dor, mas eu resisto e insisto em guardar no coração o sonho de um dia poder fazer poesia só por motivo de alegria. E nesse sonho que eu tenho sonhado eu me vejo, junto com o povo do sertão, vencendo a falsidade e erguendo neste chão um mundo novo, de amizade e plena felicidade, onde a verdade e não o dinheiro será de todos o bem mais verdadeiro.

Quando eu tiver terminado de levantar meu ranchinho barreado, assim do jeito que por mim ele foi sonhado, eu vou pegar na lida cercadeira pra deixar o jardim e o terreiro separados do retiro e do mangueiro.
E no mourão da porteira eu vou fazer, com o gavião da foice, uma cruz recortada no coice, que é simpatia de serventia sabida e garantida pra dar proteção contra a entrada de lobisomem e outros tipos de assombração.

Sidnei Maschio é cúpulo, jornalista e poeta, autor da série Versinhos de Caipira

LEBLON®
CACHAÇA

A ARTE DA CACHAÇA

DO CORAÇÃO DO BRASIL COM UM TOQUE FRANCÊS

Cuidadosamente produzida em Patos de Minas, MG, na destilaria Maison Leblon combinando métodos brasileiros com técnicas francesas. A cachaça LEBLON® é destilada em alambiques de cobre, e maturada em barricas de carvalho francês. O resultado é uma cachaça suave, complexa e com um delicioso aroma frutado.

#1 BEST SELLING CACHAÇA
DRINKS INTERNATIONAL 2017
AS VOTED BY THE WORLD'S BEST BARS

#1 MOST TRENDING CACHAÇA
DRINKS INTERNATIONAL 2017
AS VOTED BY THE WORLD'S BEST BARS

Nº 1 CACHAÇA MAIS VENDIDA
Nº 1 CACHAÇA MAIS RENOMADA

ELEITA PELOS 50 MELHORES BARES DO MUNDO NA COMPETIÇÃO DRINKS INTERNATIONAL 2017.

GANHADORA 9 VEZES CONSECUTIVAS DA MEDALHA DE OURO NA COMPETIÇÃO MUNDIAL DE DESTILADOS EM SÃO FRANCISCO, CALIFORNIA

WWW.CACHACALEBLON.COM.BR

#CACHACALEBLON #LIVELOVELEBLON

BEBA COM MODERAÇÃO. BEBIDA PROIBIDA PARA MENORES DE 18 ANOS.

Um brinde à bebida mais brasileira de todos os tempos.
RESERVA 51
Não bastava sermos grandes. Escolhemos ser grandiosos.
Reserva 51 Única, envelhecida em barris de carvalho americano. Medalha de Ouro no Concurso Mundial de Bruxelas.
Reserva 51 Rara, envelhecida em barris de carvalho americano e finalizada em barris de vinho. Medalha de Prata no Concurso Mundial de Bruxelas.
Reserva 51 Singular, um blend de cachaça envelhecida em barris de carvalho americano e cachaça envelhecida em barris de amburana.
Reserva 51
Reserva 51
Cachaça Reserva 51
Cachaça Reserva 51
reserva51.com.br
Companhia Müller de Bebidas
www.ciamuller.com.br
0800-015-5151
APRECIE COM MODERAÇÃO
VENDA E CONSUMO PROIBIDOS PARA MENORES DE 18 ANOS.