

**INDÚSTRIA RURAL, AGRICULTURA FAMILIAR
E DESENVOLVIMENTO LOCAL:
O CASO DA PRODUÇÃO DE CACHAÇA ARTESANAL
EM SALINAS – MINAS GERAIS**

Elias Rodrigues de Oliveira¹
Eduardo Magalhães Ribeiro²

RESUMO: A agricultura familiar é um segmento produtivo que guarda em sua trajetória histórica importante papel no desenvolvimento econômico e social de países e regiões. No Brasil, a concepção modernizante delineada no modelo de desenvolvimento implantado no país, a partir de meados dos anos 1960, trazia embutida a conjugação de interesses de classes, grupos e de países detentores do capital que por mecanismos políticos passou a reproduzir-se e acumular-se continuamente, às expensas da exploração de massas, de trabalhadores e do meio ambiente sem a mínima preocupação com sua preservação e muito menos com justiça social. Apesar desse quadro a agricultura familiar, por meio de estratégias desenvolvidas e transferidas pelas gerações, mantém-se como um importante desencadeador e acumulador de importância econômica e social para o país. Isso se deve basicamente ao fato de, ao contrário da agricultura patronal, esse segmento produtivo oportunizar ocupação para um expressivo contingente de mão-de-obra rural, representado em sua grande maioria pelos agricultores familiares e suas famílias. Dentre as alternativas ou estratégias para a reprodução da agricultura familiar, a indústria rural configura-se como das mais importantes por contar com a crescente valorização dos consumidores aos produtos agroartesanais. Estes produtos têm, geralmente, na origem, a expressão de uma determinada marca, como é o caso de queijos, requeijão, doces, lingüiças e cachaças produzidas em algumas regiões de Minas Gerais. Com esse pano de fundo objetiva-se neste estudo qualitativo analisar a indústria rural como estratégia de reprodução da agricultura familiar, relacionando-a ao desenvolvimento local. Como referência será tomada a experiência produtiva da cachaça de Salinas, cuja importância econômica e social no cenário local, regional e estadual vem motivando estudos como o da tese de mestrado em Administração Rural, defendida recentemente pelo primeiro autor junto à UFLA, que discute sobre a produção de cachaça e o desenvolvimento deste município.

PALAVRAS-CHAVE: indústria rural, agricultura familiar, desenvolvimento local, cachaça artesanal.

¹ Doutorando em Administração – UFLA. Professor da EAFSAL – Salinas-MG.

² Professor Adjunto do Departamento de Administração e Economia da Universidade Federal de Lavras.

1. Agricultura familiar e desenvolvimento local

A segmentação do setor produtivo da agropecuária brasileira tem, historicamente, na agricultura familiar um importante desencadeador e acumulador de importância econômica e social ao país. Isso se deve basicamente ao fato de, ao contrário da agricultura patronal, a agricultura familiar oportunizar ocupação para um expressivo contingente de mão-de-obra rural, representado em sua grande maioria pelos agricultores familiares e suas famílias (Tabela 1). A relação solidária que permeia o seio da família, sobretudo nas relações de trabalho, é incontundente ao êxito na subsistência e reprodução desse segmento produtivo.

Tabela 1. Agricultura Familiar - Pessoal Ocupado

REGIÃO	Pessoal Ocupado-total	Pessoal Ocupado - % s/total
Nordeste	6.809.420	82,93
Centro-Oeste	551.242	54,14
Norte	1.542.577	82,15
Sudeste	2.036.990	59,20
Sul	2.839.972	83,94
BRASIL	13.780.201	76,85

Fonte: Censo Agropecuário 1995/96 - INCRA/FAO - MDA/INCRA 2000

Sob diversas formas de cooperação várias são as experiências de agricultura familiar bem sucedidas: desde a aquisição de insumos até à comercialização, passando pela realização em conjunto de algumas tarefas em seus sistemas de produção, são formas catalizadoras de vantagens comparativas principalmente no campo social e ambiental e que as fazem distinta frente à agricultura patronal. Nesta, a gestão se guia pelos pressupostos da teoria econômica que preza, entre outros aspectos, a produção em escala e a maximização do lucro em seu sentido puramente econômico; diversamente da agricultura familiar a agricultura patronal tem as formas de produção alicerçadas na completa separação entre o trabalho e a propriedade dos ativos (terra, equipamento, instalações, etc.).

Frente aos desafios que cercam a produção e distribuição de produtos e que se ampliam em complexidade no mundo cada vez mais globalizado economicamente, a

agricultura familiar se apresenta neste início de século como a opção modeladora de um desenvolvimento menos excludente e ambientalmente mais equilibrado. O pano de fundo para este cenário é o que se tem de resultado, sobretudo no campo social, de modelos de desenvolvimento adotados pelo país na segunda metade do século XX. A concepção modernizante que delineava tais modelos trazia embutida a conjugação de interesses de classes, grupos e de países detentores do capital que por mecanismos políticos passou a reproduzir-se e acumular-se, continuamente, às expensas da exploração de massas de trabalhadores e do meio ambiente, sem a mínima preocupação com sua preservação e muito menos com justiça social. Essa face negra do capitalismo tem impellido o mundo a matizes diferenciados entre regiões, países e nações, onde uma minoria detém a maioria dos recursos e do poder econômico em detrimento da maioria que sobrevive em estado de pobreza e miséria.

As políticas de cunho desenvolvimentista adotadas pelo país nas últimas três décadas foram conduzidas fortemente atreladas aos objetivos da Revolução Verde centrados na difusão de novas tecnologias e de insumos modernos como os agroquímicos. Curioso é notar que a concepção desses recursos tecnológicos foi inteiramente voltada para a agricultura empresarial ou patronal a quem foram concedidas facilidades de crédito e apoio à reprodução do *status quo* quanto à posse e ampliação de latifúndios. O custo social e ambiental de tais políticas tem sido na mesma ordem de grandeza dos graves problemas que a sociedade vem enfrentando, ou seja, convive-se com um acentuado contraste sócio-econômico neste início de século XXI marcado pela crescente pobreza e miséria entre a maioria da população; o crescente desemprego; a violência urbana; o analfabetismo, sobretudo entre a população adulta que não se reduz; o trabalho infantil como alternativa de sustento de milhares de famílias; o acesso reduzido e diferenciado, no atendimento, aos serviços de saúde pela população carente; a falta de acesso pela população carente aos serviços de saneamento básico, como água potável, energia e rede de esgoto; a crescente favelização dos médios e grandes centros urbanos; e outros problemas que estigmatizam a condição do país de subdesenvolvido, ou como sugere o meio econômico mundial, “país em desenvolvimento”, apesar de ser apontado como a décima economia do mundo.

Frente aos resultados do modelo de desenvolvimento adotado pelo país, de meados dos anos 1960 até os primeiros anos 1980, de caráter excludente, concentrador

de renda e indutor de crescimento da pobreza e da miséria, entre outros problemas sociais e ambientais, o tema desenvolvimento local vem ocupando importante espaço no debate acadêmico e científico. No centro do debate está o esforço em se encontrarem alternativas que possibilitem um novo arranjo social capaz de assegurar dignidade e cidadania plena a todos os cidadãos brasileiros.

Numa tentativa de conceituar desenvolvimento local, autores como Abramovay (1998), o consideram como um processo de desenvolvimento centrado num território concreto em que os protagonistas são uma pluralidade de atores que ocupam determinadas posições no espaço social e que estabelecem relações em função de metas e projetos comuns. Estes atores se vinculam de acordo com o sistema de ação local; podem ser individuais ou coletivos; agrupam-se, segundo provenham do Estado ou do setor não governamental, em atores públicos e atores da sociedade civil; também podem ser distinguidos, segundo o âmbito de ação, em atores econômicos, atores sociais, atores políticos e governamentais; e podem ser também atores institucionais ou inter-institucionais.

No Brasil, o redesenho de políticas públicas ancoradas no neoliberalismo, cuja orientação maior é a transferência das responsabilidades do Estado, no nível federal e mesmo em áreas sociais, para os governos locais, grupos privados e sociedade civil, associado a históricos problemas estruturais do país (concentração do poder econômico, concentração fundiária, heterogeneidade regional, entre outros) impõem fortes condicionantes para o estabelecimento de estratégias de desenvolvimento local. É neste marco que propostas de “descentralização” e “participação da comunidade” têm sido aventadas, às vezes cinicamente, em paralelo às cada vez maiores restrições nos gastos públicos, características do programa de ajuste fiscal.

A favor dessa nova ênfase no desenvolvimento, tem-se o fato de que os desafios locais impulsionam a sociedade local para, em conjunto com a diversidade de atores institucionais que a integram, traçar estratégias que fortaleçam suas capacidades na solução dos problemas. Para tanto e contraditoriamente à posição neoliberal, é imprescindível a necessidade de fortalecimento das capacidades do Estado - nas esferas federal, estadual e municipal - e dos atores sociais coletivos, no nível local, de modo a se promover articulação entre todos visando a implementação e a gestão de políticas públicas.

Isto implica em ações que possam: fortalecer a capacidade das instituições e organizações locais através de programas de formação de líderes; criar condições apropriadas para a articulação entre atores em níveis local e regional; apoiar os atores sociais coletivos no nível local, através de recursos técnicos e tecnológicos a fim de que possam interagir no meio garantindo a sustentabilidade; e incentivar alianças locais sob um leque de oportunidades de iniciativas de desenvolvimento em que os recursos sejam disponibilizados e orientados para o melhoramento dos serviços básicos, infra-estrutura, geração de novas alternativas de produção e renda, e educação voltada para o desenvolvimento da cidadania.

Com essa perspectiva positiva, o desenvolvimento local, expresso na territorialidade, se apresenta como posição definida pelo que incorpora uma densa rede de relações entre serviços e organizações públicas, iniciativas empresariais urbanas e rurais, agrícolas e não agrícolas (Abramovay, 1998). Este autor ressalta a importância do fenômeno da “proximidade social” que permite uma coordenação entre os atores sociais capaz de transformar o ambiente em que atuam em base para empreendimentos inovadores, superando as vantagens competitivas advindas dos atributos naturais, de localização ou setoriais.

A dimensão territorial do desenvolvimento vai além das vantagens ou obstáculos geográficos de localização. Ela compreende a preocupação em se entender e apoiar a montagem de “redes” e de “convenções” internalizadas em instituições que permitem ações cooperativas que incluem a conquista de bens públicos, como educação, saúde e informação capazes de enriquecer o tecido social de uma certa localidade. A noção de territorialidade se mescla com a de capital social, ou seja, *“características da organização social, como confiança, normas e sistemas, que contribuam para aumentar a eficiência da sociedade, facilitando as ações coordenadas”* (Putnam, 1996).

O Norte de Minas Gerais, região alvo deste estudo, articulado econômica e socialmente com o Nordeste desde o período colonial, como extensão da economia açucareira, exhibe em seu quadro econômico- social e ambiental os reflexos dessa política desenvolvimentista formulada com base na distribuição desigual de recursos e oportunidades. Um dos produtos de tais políticas nessa região e no município de Salinas, a crescente concentração de terras se contrapõe à crescente redução do número de ocupações no campo. Consequentemente, esse processo repercutiu nas alternativas

de renda e ocupação buscadas pelos agricultores e trabalhadores rurais vitimados pelo desemprego rural (Fernandes Filho, et. al, 1999; Oliveira, et.al. 1999).

Impulsionada pela crise econômico-financeira dos anos 1990, de abrangência mundial e de maior impacto nos países e regiões menos desenvolvidas como o Norte de Minas, a agricultura regional, apesar da retração nas atividades agropastoris tem no segmento produtivo familiar, sobre quem recai maior perda nesse processo, uma maior dinamização na busca de alternativas para sua reprodução. Como afirmam Veiga (1991) e Abramovay (1992), é fundamentalmente sobre a base de unidades familiares de produção que se constitui a imensa prosperidade que marca a produção de alimentos e fibras; é justamente o caráter familiar, não só da propriedade, mas da direção, da organização e da execução do trabalho, que a faz assim.

Sustentam ainda aqueles autores, que a agricultura familiar não é simplesmente uma forma ocasional, transitória, fadada ao desaparecimento, mas, ao contrário, mais que um setor social, trata-se de um sistema econômico, sobre cuja existência é possível encontrar as leis da reprodução e do desenvolvimento. Nesse sentido, a agroindustrialização de alguns de seus produtos tem se constituído numa das principais alternativas de renda e de ocupação. Entretanto, dado à diversidade de processos empregados por esses agricultores no processamento de seus produtos, em que a tradição prepondera sobre o padrão normatizado, pouco se sabe do ponto de vista científico sobre a qualidade que apresentam.

2. A cachaça de Salinas

Salinas, localizada no Norte de Minas Gerais, é atualmente uma referência nacional em termos de cachaça de qualidade. A cachaça começou a ser produzida no município com a vinda dos primeiros fazendeiros para a região. Ela seguiu os rastros da pecuária, cujos primeiros rebanhos bovinos vieram da Bahia quando do povoamento da região onde se localiza o atual município.

Seguindo a tradição quanto ao processo de fabricação, alguns produtores conseguiram se destacar pela qualidade da cachaça que produziam, muito embora esta atividade fosse complementar à atividade pecuária. Mas, desde o início do século XX, havia algum comércio de cachaça em Salinas e região. Naquela época alguns produtores

obtinham uma renda extra com a venda da cachaça produzida, vendendo diretamente para o consumo ou então para os comerciantes, na sua grande maioria tropeiros que faziam a distribuição de produtos e mercadorias pelas cidades e povoados. Os tropeiros traziam os produtos manufaturados e voltavam levando produtos da terra, entre eles a cachaça. Havia tropeiros que só trabalhavam com a cachaça, isto é, compravam e revendiam a bebida. Outros migrantes que chegaram em Salinas no final do século XIX e início do século XX também produziram cachaça e geralmente sem uma marca que a identificasse.

As boas perspectivas para a cachaça de Salinas tiveram início a partir das décadas de 1940 e 1950. Foi naquela época que algumas marcas de cachaça começaram a ser produzidas em Salinas, tais como a Piragybana, de Ney Corrêa, e a Havana, fabricada por Anísio Santiago. Estas marcas foram precursoras de outras que, anos depois, vieram a ser produzidas. Dentre essas marcas destacam-se as seguintes: Indaiazinha, Selecta, Lua Cheia, Asa Branca e Canarinha. Evidentemente outras marcas, mais recentes, também têm padrão de qualidade, guardando estreita relação com o fato de Salinas ser referência nacional de cachaça de qualidade. Esta notoriedade da cachaça de Salinas apoia-se também no fato de que várias dessas marcas foram vencedoras em diversos concursos nacionais de qualidade em que participaram. Uma dessas marcas, a mais famosa, é considerada “*hors concurs*” pelos diversos organizadores de concurso de qualidade de cachaça do país.

A cachaça produzida em Salinas segue todas as etapas do modo artesanal de produção. O que pode ser entendido como “resistência à mudança”, nada mais é que uma peça importante na sua lógica de produção. A maioria dos produtores credita a isto, juntamente com o capricho que cada um sabe a dosagem, a reputação e o reconhecimento do padrão de qualidade da cachaça por eles produzida.

Com o lançamento do Programa Mineiro de Incentivo à Produção de Aguardente (PROCACHAÇA), pelo governo do estado em 1992, o setor agro-industrial de aguardente do município de Salinas ganhou mais impulso. Os objetivos desse programa são mapear, regulamentar e aumentar a produção da cachaça no estado, melhorando e uniformizando sua qualidade para buscar espaços no mercado nacional e internacional. Nesse sentido, acredita-se que este programa tenha influenciado no dinamismo do setor em Salinas. Um fato que comprova esta realidade é o expressivo número de marcas

registradas existentes encontradas durante pesquisa de campo realizada em 1999, no município, 27 ao todo conforme relação a seguir: *Artista; Asa Branca; Beija Flor; Boazinha; Brinco de Ouro; Brinco de Prata; Canarinha; Contendas; Diabinha; Erva Doce; Furadinha; Havana; Indaiazinha; Jacurutubana; Lua Cheia; Lua Nova; Meia Lua; Paladar; Peladinha; Piragybana; Pirraça; Preciosa; Salicana; Salinas; Salineira; Seleta; e, Só Luar*. Em abril de 2002 foram encontradas pelo autor mais estas 7 marcas: *Cachoeira; Serra Moprena; Puricana; Saliníssima; Salinense; Sabor de Minas; e Cubana*.

Em 1992, ano de implantação do Procachaça existiam apenas 9 marcas de cachaça no município. Ou seja, em 10 anos praticamente quadruplicou o número de marcas registradas. A Tabela 2 mostra que a produção de cachaça no município a partir de 1985 seguiu uma tendência de crescimento. Se tomarmos como referência o aumento da produção verificado entre 1995 e 2000, que passou de 642.000 para cerca de 1.100.000 de litros, respectivamente, tem-se um aumento bastante expressivo no período que pode em parte ser creditado à implementação de algumas mudanças no setor preconizadas naquele programa.

Tabela 2. Produção de aguardente de cana-de-açúcar em Salinas-MG entre 1985 e 1999.

Ano	1985	1995	2000	2002
Produção (litros)	216.000	642.000	1.100.000	2.000.000*
Número de produtores	73	82	150**	155

Fonte: IBGE - Censo Agropecuário, 1985, 1995/96. * Estimativa feita pelo autor com base em informações dos produtores locais obtidas em abril/2002. ** Desse total aproximadamente um terço tem produção mercantil.

Do ponto de vista qualitativo, tem havido uma maior preocupação por parte dos produtores em melhorar a qualidade da cachaça adequando-a à legislação brasileira no que diz respeito, principalmente, à acidez, ao teor de cobre e ao teor alcóolico. Conforme apurado em pesquisa de campo realizado em novembro/99, tem havido uma intensificação na procura por cursos de qualificação profissional voltados para o setor cachaceiro e para o agropecuário em geral.

Os produtores de cachaça de Salinas foram tipificados conforme a seguir:

- a) mini-produtor – aquele cuja produção anual seja menor que 4.000 litros de cachaça.
- b) pequeno produtor – aquele cuja produção anual de cachaça situa-se entre 4.000 e 15.000 litros.
- c) médio produtor – quem produz entre 15.000 e 30.000 litros por ano.
- d) grande produtor – aquele cuja produção anual de cachaça ultrapassa 30.000 litros..

Dos aproximadamente 150 produtores de cachaça de Salinas, cerca de dois terços não têm produção mercantil. Os demais se distribuem conforme a Tabela 3, quanto ao tipo e o respectivo número de produtores bem como a produção de cachaça, média e total, por unidade de produção. Esta tabela revela que 69,27% da produção de cachaça do município advém dos grandes produtores e 17,26%, 10,02% e 3,45%, respectivamente, advém dos médios, pequenos e mini produtores. A importância deste detalhamento reside no fato de ser ele importante no direcionamento de políticas públicas e/ou privadas para o setor bem como na adoção de estratégias que possibilitem a dinamização do setor, quer no seu todo ou nos seus sistemas de produção, tomados um a um.

Tabela 3. Produção média e total de cachaça por tipo de produtor, em Salinas no ano de 1999.

Tipo de produtor	Número de produtores	Produção anual média por produtor (litro)*	Produção anual total	
			Quantidade (mil litros)*	(%)*
Mini	18	2.000	36	3,45
Pequeno	11	9.500	104	10,02
Médio	8	22.500	180	17,26
Grande	13	55.562	722,8	69,27
Total	50	-	1.042,8	100,00

Fonte: Oliveira, 2000.

* Estimativa feita pelo autor com base na pesquisa de campo realizada em novembro/99.

O setor produtivo de cachaça de Salinas tem importante destaque na ocupação de mão-de-obra. Esta importância é maior ainda quando se leva em conta que a atividade de alambicagem se dá num período do ano em que os trabalhadores rurais encontram-se ociosos pelo fato de praticamente não existirem atividades nas lavouras,

próprias ou de terceiros, dado o caráter de cultivo em sequeiro predominante no município. Normalmente o período de alambicagem vai de junho a novembro. Portanto, são seis meses durante o ano em que os alambiques desempenham a importante função social na ocupação de pessoal. A Tabela 4 apresenta o número de ocupação por alambique, tomando-se neste caso como referência o produtor quanto aos tipos, mini, pequeno, médio e grande.

Tabela 4. Número de ocupação gerada pelo setor de cachaça de Salinas.

Tipo de produtor	Número de produtores	Número de ocupação/ano*				Total Geral
		Alambicagem		Engarraamento		
		Média	Total	Média	Total	
Mini	18**	4	64	4	8	72
Pequeno	11	8	88	4	44	132
Médio	8	8	64	8	64	128
Grande	13	16	208	8	104	312
Total	50	-	424	-	220	644

Fonte: Oliveira, 2000.

*Período de alambicagem; **Desse total, apenas 2 produtores possuem marca registrada e fazem engarraamento da cachaça produzida.

A atividade de engarraamento ocorre o ano todo. Desse modo, pelos dados das tabelas 2 e 3, acima, e considerando-se que a alambicagem ocorre em seis meses durante o ano, tem-se para mini, pequenos, médios e grandes produtores, para cada mil litros de cachaça produzida, a seguinte ocupação gerada, respectivamente: 3,78; 2,10; 1,07; e, 0,72. (Tabela 5).

Tabela 5. Estimativa do número de ocupação na alambicagem e engarraamento para cada mil litros de cachaça produzida em Salinas.

Tipo de produtor	Número de ocupação/1.000 litros de cachaça		
	Alambicagem	Engarraamento	Total Geral
Mini	3,56	0,22	3,78
Pequeno	1,68	0,42	2,10
Médio	0,71	0,36	1,07
Grande	0,58	0,14	0,72
Total	0,81	0,20	1,01

Fonte: Oliveira, 2000.

Ao se analisar a tabela acima percebe-se que o número de ocupação decresce com a escala da produção. Este fato aponta para a importância relativa, no que se refere à ocupação gerada, dos sistemas de produção com escalas menores, como os que comportam os mini e os pequenos produtores, frente aos que comportam os médios e grandes produtores. Estes, em termos absolutos geram mais ocupação do que aqueles. No geral, incluindo-se as atividades de alambicagem e engarrafamento, o setor de cachaça de Salinas gera 1,01 ocupação para cada mil litros produzidos desta bebida. Considerando-se o incremento na produção entre 1995 e 1999 e levando-se em conta que o nível tecnológico dos produtores permanece o mesmo, houve um importante aumento no número de ocupações, ou seja, foram criadas cerca de 350 novas ocupações.

3. “Havana”: uma marca no mito da cachaça de Salinas.

Salinas tem o sinônimo de cachaça boa por via de uma marca consolidada, a “Havana”,³ que, no universo de marcas de cachaça artesanal, pode ser considerada como referência no mercado para esse produto. Trata-se de uma cachaça de elevado padrão de qualidade, pouco disponível no mercado dada a pequena escala de produção, e preço bastante elevado. Assim sendo, a denominação de origem de um produto aparece como elemento capaz de diferenciar um produto agroindustrial num determinado mercado.

Pesquisar sobre a cachaça de Salinas nos últimos cinquenta anos forçosamente incluirá a pesquisa da marca Havana. Discorrer sobre essa marca, cuja trajetória é assentada na simplicidade e no capricho quase obsessivo de seu proprietário em manter, ao longo de várias décadas, um elevado padrão de qualidade, invariavelmente requer que se teçam alguns comentários sobre quem a idealizou, cuidou, zelou e a construiu.⁴

³ Esta marca encontra-se sob disputa judicial desde meados de 2001, estando portanto suspensa a sua comercialização. Entretanto, o proprietário da marca, até então, colocou no mercado a bebida sob a denominação de “Anísio Santiago” (nome do proprietário).

⁴ Para tanto, as informações nesse estudo foram obtidas através de entrevistas de alguns parentes como, filho e sobrinhos, além de funcionários, ex-funcionários, amigos, e pessoas do seu convívio particular, residentes em Salinas. Estas informações foram somadas às obtidas através de leituras de reportagens em jornais, revistas e vídeos. O senhor Anísio Santiago não concede entrevistas.

Este produtor, Anísio Santiago, nasceu em Salinas em 1912.⁵ Antes de produzir cachaça, foi carpinteiro e tropeiro, tendo trabalhado por alguns anos nesta atividade para um irmão, que comprou um caminhão (1947)⁶ e o entregou para ser seu motorista. Após algum tempo trabalhando como motorista, resolveu ser sócio no caminhão, comprando-lhe a metade, e em seguida, a outra metade do caminhão.

Como único dono do caminhão, Anísio Santiago continuou na lida de comerciante de produtos da terra, como toucinho, cachaça e outros, levando-os de Salinas para os municípios vizinhos, principalmente para Montes Claros, até que resolveu comprar uma fazenda pertencente a um parente. A esta fazenda, posteriormente, incorporou outras áreas vizinhas, adquiridas por compra, que atualmente totalizam 250 hectares.⁷

Aos 90 anos de idade, este produtor reúne algumas especulações sobre, principalmente, a sua cachaça. Inúmeras pesquisas são feitas sobre o porquê da fama que esta marca possui. Estas investigações, sempre de cunho jornalístico, quebram a tranqüilidade deste produtor, mas têm sido muito importantes na divulgação e na promoção “não intencional” desta cachaça.

Nos primórdios da sua produção, a “Havana” era comercializada a granel, em barril, tanto em Salinas como nos municípios vizinhos, tais como Porteirinha, Janaúba, Riacho dos Machados e Montes Claros. Após seu registro no final da década de 1950, passou a ser comercializada em garrafas. Muitos caminhoneiros comerciantes que atuavam na região naquela época, compravam, além de frutas, café, toucinho e outros produtos da terra, também cachaça, para revenderem em Montes Claros.

Diante do constante aumento da procura pela marca “Havana”, Anísio Santiago procurou diferenciá-la também através do preço, uma vez que não aumentou a produção e nem faz questão de aumentá-la. Esta atitude deve-se ao fato de ele considerar-se uma pessoa sem “*usura para dinheiro*”, como afirma o seu filho, com a concordância de todos os demais entrevistados: “*ele não é e nunca foi usurário com dinheiro*”. O fato é

⁵ De acordo com um de seus filhos, o Sr. Nilton Santiago que também é produtor de cachaça e técnico da EMATER, em entrevista para este trabalho.

⁶ Este caminhão é mantido até hoje pelo Anísio Santiago, que reserva o maior cuidado e capricho na sua manutenção e conservação.

⁷ Segundo um parente de Anísio Santiago disse em entrevista para este estudo, o nome desta fazenda “Havana” é que inspirou o registro da cachaça com o nome de “Havana”.

que diante de uma oferta reduzida do produto e uma divulgação por meio da propaganda de “boca em boca”, a procura por esta cachaça foi-se intensificando, apesar dos constantes aumentos no seu preço, o que tem tornado uma raridade encontrá-la exposta à venda, conforme afirma um entrevistado:

“A cada aumento de preço, parece que fazia era aumentar mais ainda a procura. É um absurdo uma garrafa de Havana ser vendida por até R\$ 150,00, como se tem notícia de que isso ocorre e ainda se correr o risco de levar uma falsificada, porque desde que ela ganhou fama vem sendo falsificada e ninguém dá jeito. Foram vários casos investigados e desmascarados. Ele (Anísio Santiago) diz que garante a Havana até a porteira da fazenda dele. Da porteira em diante ele não tem como garantir. Num país que se falsifica até remédio para câncer, o que se esperar quanto à cachaça?” (N. S. em entrevista para esta pesquisa).

A cana utilizada na fabricação da Havana é basicamente a cana “Java”, plantada em pequenos talhões, alguns remontando ao início da atividade na fazenda, ou seja, possuem mais de 50 anos sem terem sido renovados. Neste caso, o manejo tem sido feito sob rigorosos critérios de cuidados, desde a condução da lavoura, isenta de ervas daninhas, até o corte e o transporte da cana cortada para o engenho.⁸ Tudo é feito de acordo com as determinações de Anísio Santiago. Seus funcionários já absorveram o estilo de trabalho.

A cana cortada é moída no mesmo dia e, como nas demais etapas, na moagem é observado o rigoroso cuidado com a higiene – procedimento comum a outros produtores de cachaça de Salinas. Nesse sentido, assim resume um sobrinho de Anísio Santiago que também é produtor de cachaça, em entrevista para este estudo:⁹ *“O segredo de se produzir uma boa cachaça começa pelo produtor não ter avareza; em segundo lugar é o capricho com a higiene; em terceiro vem a terra e a cana”*.

Em sua trajetória, a marca Havana usou como estratégia, como fator promocional, a participação em concursos de qualidade. De todos que participou, sempre conseguiu a primeira posição. Neste ponto convém ressaltar que um fator importante de promoção da cachaça produzida em Minas Gerais é a realização de

⁸ Detalhes dessa operação ver Oliveira (2000).

⁹ Maiores detalhes ver Oliveira (2000).

concursos de qualidade¹⁰ em que participam diversas marcas de cachaça de todo o país. As marcas de Minas Gerais têm se destacado mais que as de outros estados, com grande destaque para algumas de Salinas.

A fama crescente da “Havana” tem provocado um certo recolhimento de seu produtor. Anísio Santiago tem sido muito assediado pela imprensa, de um modo geral, e até por pessoas que se dizem interessadas em negociar a compra da patente da marca “Havana”, ao que ele responde que não precisa de dinheiro e que não a vende, por mais alta que seja a quantia oferecida.

Apesar do recolhimento social de Anísio Santiago, sabe-se que se trata de uma pessoa de hábitos simples e que, por opção de vida, prefere viver na sua fazenda, administrando os seus caprichos com a sua cachaça. Mas isso não significa ser ele de fácil acesso. Muito pelo contrário. Avesso a repórteres e a jornalistas, não gosta de dar entrevistas e muito menos de se deixar fotografar.

Do ponto de vista tecnológico, Anísio Santiago tem incorporado inovações tecnológicas na sua fábrica de cachaça. Um exemplo disso é o seu engenho, que já não é mais o de madeira, cujas moendas são dispostas na vertical, movido por tração animal, com o qual ele iniciou a atividade. Seu engenho atual é dos modernos e é movido a eletricidade. Inclusive, diga-se de passagem, que ao sinal de um problema que comprometa o rendimento e a qualidade de sua cachaça, é pretexto para que ele o substitua por outro novo. O mesmo cuidado ele toma com o alambique que, por ser de cobre, à medida que vai ficando velho, mais difícil vai sendo a remoção do azinhavre que vai se acumulando na sua parte interna, e que pode comprometer a qualidade da cachaça quanto ao teor de cobre, que poderá exceder ao teor permitido pela legislação brasileira, que fixa o limite máximo de 5,0 mg por litro de cachaça.

Sua produção anual de cachaça fica em torno de 8.000 litros. Seu alambique é de capelo e tem a capacidade de 300 litros de vinho, porém só trabalha com 2/3 de sua capacidade, ou seja, 200 litros de vinho por alambicada, produzindo de 25 a 35 litros de cachaça. Por dia são três alambicadas o que totaliza uma produção diária de 80 a 100 litros.¹¹

¹⁰ Idem.

¹¹ O período de produção dura de 4 a 5 meses/ano (começa em julho-agosto e vai até novembro quando começa o período de chuvas).

Um detalhe interessante e que se expressa num dos caprichos de Anísio Santiago é o fato de ele fazer todos os pagamentos das despesas da fazenda com cachaça. O preço estabelecido por ele é de R\$ 45,00 por uma garrafa. Como exemplo disso, tem-se o pagamento da mão-de-obra: os funcionários, que percebem seus vencimentos por semana, recebem 2 garrafas de cachaça por semana de trabalho. Ao preço da fazenda e considerando-se 4 semanas por mês, estes funcionários estariam ganhando R\$ 360,00 por mês. Acontece que os funcionários vendem a cachaça, recebida em pagamento do salário, na cidade, por R\$ 70,00 ou 75,00 a garrafa. Os trabalhadores de Anísio Santiago geralmente já têm os fregueses certos para a compra da cachaça. São comerciantes de cachaça tais como, donos de supermercados, cachaçarias, alguns bares e restaurantes. Estes compradores revendem-na ao preço de R\$ 100,00 a garrafa. Portanto, considerando-se seu preço inicial de R\$ 45,00 na fazenda, localizada a 15 Km da cidade, tem-se uma expressiva valorização. O melhor investimento, em termos de rendimento e liquidez, pois Havana não encalha na prateleira, mesmo tendo mudado de nome.

Portanto, há um incremento expressivo no salário, que pode variar de R\$ 560,00 a 580,00 por mês. Em se tratando de serviço rural braçal, este configura-se, certamente, no maior salário pago no município, na microregião e em todo o Norte de Minas.

Essas características têm contribuído na construção e manutenção dessa marca. Muitas das informações veiculadas nos meios de comunicação sobre ela correspondem em parte à verdade. Entretanto, existem algumas de cunho puramente sensacionalista e desconexas com a realidade, mas que, de certa forma, acabaram por divulgar, não só a marca Havana, mas a cachaça de Salinas e, por extensão, a cachaça do Norte de Minas, auferindo assim ganhos importantíssimos para o próprio estado.

Há evidentemente, em torno dessa questão, uma lógica própria que permeia a produção da cachaça Havana: a lógica do produtor familiar que não é obrigado a subordinar-se aos princípios do mercado. Naquilo que essa lógica fere tais princípios, deve ser respeitado, pois acima de tudo ela envolve o intransferível, intrínseco do ser humano: o sentimento de realização pessoal plena.

4. Considerações finais

A análise desenvolvida neste estudo revelou que no debate sobre desenvolvimento local, especificidades produtivas e geradoras de renda e ocupação são cada vez mais acumuladoras de importância econômica e social; São portanto motivadoras de políticas públicas, principalmente aquelas atividades produtivas oriundas da indústria rural cujo suporte é mais expressivo na agricultura familiar.

Dentre essas especificidades a cachaça produzida em Salinas ocupa destaque. Esta bebida perfila a linha de frente entre os produtos da indústria rural local, sendo, inclusive, apontada como uma das melhores aguardentes produzidas no país. Este fato tem impactado o desenvolvimento do município pelo que agrega de forças em torno de objetivos comuns, entre os agricultores familiares locais - produtores de cachaça -, quais sejam, o de assegurar uma alternativa de renda para si e suas famílias envolvidas na produção.

O processo produtivo dessa bebida no município envolve, além da estrita observância da técnica, a tradição exposta no modo de se produzir a cachaça que é repassada pelas gerações, desde o início do povoamento do município. Logicamente não se pretende, com isso, afirmar que 100% da cachaça produzida naquele município se enquadre nesse padrão. É possível que alguma cachaça destoe do padrão. No entanto, se isso ocorre é numa escala muito reduzida que não compromete o que já se tem de consolidação da marca local. Não só a isto se atribui o fato de ter essa bebida incorporado notoriedade nacional mas, sobretudo, através de uma marca cuja produção no município se iniciou há mais de meio século - mais precisamente no final dos anos 1940.

Não fosse a peculiaridade ímpar desse produtor na forma de conduzir sua produção de cachaça com extremo capricho, certamente a sua marca não teria tido a expressão e nem o destaque na qualidade que a fizeram vencedora em todos os concursos de qualidade de que participou. Tanto é assim que a referida marca é considerada "*hors concurs*". Também é provável que a cachaça de Salinas não tivesse o destaque que possui, tanto no estado como a nível nacional, e ocupasse a mesma posição que as demais produzidas em outros municípios daquela região. Convém

salientar que outros municípios do Norte de Minas também se destacam como produtores de cachaça de boa qualidade.

A cachaça produzida em Salinas reveste-se de importância econômico-social na medida em que envolve um expressivo contingente de pessoas no processo produtivo, desde a produção da matéria-prima até a distribuição. Como atividade subsidiária à pecuária, atividade econômica mais importante do município, a produção de cachaça vem se destacando como uma das mais importantes alternativas de renda para o conjunto de agricultores familiares do município.

5. Referências bibliográficas

ABRAMOVAY, R. *O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento rural: Seminário sobre Reforma Agrária e desenvolvimento sustentável*. Fortaleza, 1998. 28p. (mimeografado).

ABRAMOVAY, R. *Paradigmas do capitalismo agrário em questão*. São Paulo, UVITEC/UNICAMP, 1992. 175p.

FAO/INCRA. *Novo retrato da agricultura familiar: o Brasil redescoberto*. Brasília, INCRA, Fevereiro/2000.

FERNANDES FILHO, J.F.; CAMPOS, F.R.; OLIVEIRA, I.M. de. *A indústria rural e a crise da agricultura mineira: o caso das Mesorregiões Norte de Minas e Jequitinhonha*. Uberlândia: 1999. 21p (Mimeografado).

FIBGE. Censo Agropecuário de 1995/96.

OLIVEIRA, E. R. de. *A “Marvada pinga” – Produção de cachaça e desenvolvimento em Salinas, Norte de Minas Gerais*. Lavras: UFLA, 2000. 175p. (Dissertação – Mestrado em Administração Rural)

OLIVEIRA, E.R. de; RIBEIRO, E.M. & AUGUSTO, H. dos A. *Terra e desenvolvimento da agropecuária do Norte de Minas Gerais, 1985/1996*. Anais... do IV Congresso de Ciências Humanas, Letras e Artes, das Universidades Federais de Minas Gerais. UFV, 1999.

PUTNAM, R.D. *Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996. 260p.

VEIGA, J. E. da. *O desenvolvimento agrícola: uma visão histórica*. São Paulo: Edusp/Hucitec, 1991. 219p.