

ASPECTOS MATERIAIS DOS RITUAIS DE CONSUMO DE CACHAÇA DE ALAMBIQUE

RODRIGO CASSIMIRO DE FREITAS

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS (PUC MINAS)

LUIZ GUSTAVO NETO RESENDE

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS (PUC MINAS)

MARCELO DE REZENDE PINTO

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS (PUC MINAS)

BRUNO MEDEIROS ÁSSIMOS

CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIHORIZONTES

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimentos à CAPES e ao CNPQ.

ASPECTOS MATERIAIS DOS RITUAIS DE CONSUMO DE CACHAÇA DE ALAMBIQUE

1- INTRODUÇÃO

As Ontologias do Lugar despontaram como um quadro analítico que permite compreender as nuances da realidade e seus fenômenos, dada a imbricação de elementos simbólicos e materiais projetados no mesmo ecrã. Ao que parece, a literatura científica nas ciências sociais vivenciou momentos nos quais os elementos materiais foram pautados exclusivamente em detrimentos dos simbólicos, e vice e versa.

É possível citar alguns esforços no sentido de tentar articular essas duas perspectivas. Anthony Giddens e Bruno Latour, por exemplo, propuseram lentes teóricas para enxergar a realidade em uma perspectiva integrada de elementos materiais e simbólicos. No entanto, a Teoria da Estruturação e a Teoria Ator-Rede não esclareceram elementos ontoepistêmicos e metodológicos que permitiriam operacionalizar investigações no campo das ciências sociais (Cohen, 1999; Giddens, 2003; Sandberg & Tsoukas, 2011).

Theodore Schatzki traz à baila ‘As Ontologias do Lugar’ que traduz os elementos simbólicos e materiais em modelo que permite operacionalizar as dimensões ontológicas, epistemológicas, teóricas e metodológicas em categorias analíticas observáveis. Essa perspectiva abandona o diletantismo das proposições puramente argumentativas e amplia o escopo de análise das pesquisas a partir dessa lacuna na literatura científica e se fortalece nos principais estudos da Teoria da Prática (Shove & Pantar, 2005; Warde, 2005; Bispo, 2013; Halkier, Katz-Gerro & Martens, 2011).

Essa pesquisa recupera os postulados das Ontologias do Lugar para compreender as práticas de consumo de cachaça no contexto de confrarias. Porém, a partir das análises conduzidas a partir do trabalho de campo nesse contexto fez emergir um outro conceito que se mostrou fértil do ponto de vista acadêmico para se articular com as ontologias do lugar: os rituais de consumo.

Nesse sentido, cabe considerar que Rook (2007) assevera que é muito comum um conjunto de estudiosos se deterem em analisar os rituais de tribos étnicas e suas relações com o mundo, mas pouca atenção tem sido dada às relações de consumo que se estabelecem no seio da sociedade moderna o que se torna uma oportunidade de investigação para o marketing e, especialmente, para os estudos antropológicos, por mais esse motivo, esse trabalho se propôs compreender as práticas de consumo de cachaça no âmbito das confrarias.

As confrarias são grupos informais de consumidores que se interessam em favorecer e enaltecer um produto particular. Como comenta Mangi (2004), os aspectos que determinam a formação dessas organizações estão fundamentos nas afinidades e nos interesses mútuos, na lealdade entre os membros e no caráter distintivo que as tornam organizações específicas com elementos culturais delineados como, por exemplo, valores, crenças, pressupostos, ritos, rituais, cerimônias, seus heróis, tabus e, principalmente, suas histórias (estórias). As Confrarias investigadas foram fundadas com a intenção de aproximar apreciadores de cachaça e fortalecer o movimento de valorização cultural do destilado.

O consumo de cachaça é entendido em contextos históricos e culturais que modificaram, nas últimas décadas, as estratégias de produção e comercialização em função das demandas do mercado consumidor (Lobato et al., 2020). Asseveram-se esses contextos descritos em práticas sociais e arranjos materiais que elevaram a cachaça de alambique ao reconhecimento de patrimônio cultural brasileiro (ANPAQ, 2015). Entretanto, vale lembrar que nem sempre a cachaça foi compreendida por meio de entendimentos, regras e estruturas teleoafetivas como um produto de qualidade apropriado ao consumo (Cohen, 1999; Giddens, 2003; Sandberg & Tsoukas, 2011; Schatzki, 2011).

Historicamente, a cachaça foi estigmatizada como um produto destinado ao consumo de pessoas com menor poder aquisitivo, acometidas do alcoolismo conhecidas ‘cachaceiros’. No entanto, nos últimos anos, o consumo desse destilado tem se modificado e criado mercados de consumo sofisticados com advento do fortalecimento dos alambiques produtores de cachaça de qualidade, especialmente com surgimento de grupos informais de consumo que forjaram confrarias dedicadas ao produto.

Percebe-se que as mudanças tanto nas práticas de produção quanto nas práticas de consumo foram remodeladas e permitiram o reconhecimento desse produto como um patrimônio cultural brasileiro (Lobato et. al., 2020). Adicionado a isso, ecoa-se a defesa das confrarias do consumo consciente de bebidas alcoólicas, especialmente a cachaça de qualidade, entenda-se cachaça de qualidade como aquela que atende a determinados critérios de produção emanados por órgãos governamentais e associações de produtores.

Tendo em vista a riqueza de elementos culturais presentes nas práticas de consumo de cachaça atreladas às discussões relativas aos rituais de consumo e aos aspectos materiais envolvidos, emergiu a seguinte indagação de pesquisa: Como o consumo de cachaça de alambique em confrarias se articula com os rituais e com os aspectos materiais?

A partir dessa pergunta coloca-se como objetivo do artigo **compreender os aspectos materiais envolvidos nas práticas e rituais de consumo de Cachaça de Alambique em confrarias**. Isso significa levantar os aspectos espaciais e ambientais no consumo de cachaça de alambique. Também aponta para a identificação e análise das relações estabelecidas entre os elementos artefactuais e as práticas do consumo de cachaça de alambique.

Tendo em vista esse objetivo a alcançar, vale apontar algumas questões que tornam o artigo oportuno para os campos envolvidos: consumo, ontologias do lugar, rituais de consumo, bem como elementos referentes ao consumo de uma bebida que se apresenta como tradicional no contexto brasileiro. Em primeiro lugar, cumpre salientar que, ao considerar o contexto regional, a pesquisa desenvolvida pretendeu alinhar tradições da literatura dos estudos organizacionais, sociais e de consumo para desvelar as práticas de consumo de cachaça de alambique no contexto das confrarias em Minas Gerais. Em segundo lugar, a articulação proposta nesse artigo envolvendo as ontologias do lugar e os rituais de consumo pode ser considerada reveladora e útil para descortinar uma série de fenômenos relacionados ao consumo de bens e serviços. Em terceiro lugar, a proposta metodológica do artigo também contribui para os campos, uma vez que busca reforçar a importância dos estudos de campo baseados em técnicas que priorizam a realidade vivenciada pelos sujeitos envolvidos. Por fim, destaca-se a oportunidade inédita de oferecer melhor compreensão sobre os aspectos relacionados ao consumo de cachaça artesanal e o sentido dessa prática de consumo material sob a percepção dos confrades e congreiras que consomem o destilado.

O artigo foi organizado em outras quatro seções além dessa introdução. O referencial teórico se dedica a elaborar uma discussão acerca das ontologias do lugar e na temática dos rituais de consumo, suportes teóricos do trabalho. Na sequência, o artigo dedica um espaço para se apresentar o percurso metodológico da pesquisa empírica. Os resultados são discutidos na seção que privilegiou a explanação das análises conduzidas dos dados a partir das três categorias. Por fim, as considerações de cunho conclusivo são apresentadas.

2 - REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 As Ontologias do Lugar

As Ontologias do Lugar Social (OLS) consiste em um posicionamento onto-epistêmico que recusa o antagonismo entre as perspectivas agenciais e estruturais de

interpretação e explicação da realidade como polaridades (Schatzki, 2003, 2005, 2006, 2011). Ou seja, ao mesmo tempo em que ressalta a incompletude do individualismo agencial, destaca os excessos da reificação/coisificação das explicações baseadas exclusivamente na estrutura. Assim, a OLS alinha as contribuições das duas perspectivas ao compreender a realidade e abordá-la como uma malha de práticas humanas e arranjos materiais (Schatzki, 2003). As OLS entendem que a vida social pode ser conhecida por meio das vivências que acontecem e ocorrem em um lugar espacial e temporal e que só podem analisados e examinados nos locais nos quais essas vivências se manifestam (Mangi, 2004; Shouve & Pantzar, 2005; Warde, 2005; Bispo, 2013; Warde, 2014).

Dessa forma, o lugar consiste em um contexto no qual ocorrem as relações da vida social que se define pela ocorrência das práticas e dos arranjos materiais particulares que são atravessados e produzem efeitos em outros contextos entendidos como malhas emaranhadas e sobrepostas (Santos & Silveira, 2015). Acredita-se que os fenômenos e a vida social ocorrem em três dimensões (Schatzki, 2011). Primeiro, a dimensão do local imediato onde ocorre uma realidade particular. Segundo, a dimensão dos conjuntos de fenômenos do qual essa realidade faz parte. Terceiro, o reino ou espaço amplo no qual essa realidade e seus fenômenos estão hierarquizados. Essas dimensões são necessárias para compreender como os contextos (práticas e arranjos materiais) se manifestam nas dimensões de lugares e como ocorrem as transpirações dos contextos e seus fenômenos.

A ontologia do lugar em Schatzki (2003, 2005, 2006, 2011) reconecta essas entidades simbólicas e materiais como imbricações recursivas das atividades práticas desenvolvidas pelas pessoas enquanto estão conectadas com os arranjos materiais em um contexto de lugar geográfico e temporal (Schatzki, 2011; Santos & Silveira, 2015).

Essas relações entre práticas e arranjos materiais se manifestam em malhas de interação compreendidas como contextos que configuram a ocorrência da vida humana. Esses contextos podem se relacionar e interagir com outras configurações de práticas-arranjos materiais, o que permitiria compreender na lógica organizacional como as pessoas e os arranjos sociais interagem com múltiplos contextos trazendo e levando entendimentos de um lugar para outro (Schatzki, 2011). A partir disso é possível argumentar que as práticas específicas (intra e interorganizacionais) se conectam com outras práticas que formam o mundo social constituído de diversas imbricações de práticas e arranjos sociais inteligíveis e, mutuamente, interconectados horizontal e verticalmente (Schatzki, 2003).

Dessa forma, essas noções permitem compreender estruturas mais simples de imbricações de práticas-arranjos, como também malhas mais complexas de contextos interconectados e recursivos (Shove & Pantar, 2005; Warde, 2005; Bispo, 2013; Warde, 2014; Santos & Silveira, 2015). Alguns esclarecimentos se tornam fundamentais para compreender as fundações das Ontologias do Lugar que se baseiam nas práticas, nos arranjos materiais e como eles se manifestam nas realidades organizacionais.

No entendimento de Santos e Silveira (2015), a definição de práticas em Schatzki (2003) está fundamentada em um conjunto de atividades organizadas que se manifestam na vida social. As atividades são conjuntos de ações que as pessoas realizam cotidianamente no tempo e espaço para atender suas necessidades que se manifestam ao longo da vida social (Schatzki, 2008). Como essas ações não são particulares ou atribuídas a um contexto específico, ou seja, podem estar relacionadas à vários paralela e simultaneamente, a organização dessas ações é o que vai constituir e distinguir os contextos, ou seja, as configurações de práticas mais básicas e/ou complexas com entendimentos, conhecimentos, identidades e significados próprios (Schatzki, 2003, 2005, 2006).

Percebe-se que a experiência de consumo pode ser investigada a partir de elementos simbólicos e materiais simultaneamente, nessa perspectiva, ponderou-se a contribuição dos

rituais de consumo como pilar complementar de análise dos elementos entendidos como arranjos materiais na OLS, como serão discutidos, a seguir.

2.2 Os Rituais de Consumo

Dado o potencial da ritualização para explicar muitas facetas da cultura de consumo, é possível citar alguns trabalhos os quais se dedicaram a pesquisar os rituais em diferentes situações, trazendo contribuições significativas para vários tópicos, como identidade, doação de presentes e desenvolvimento de mercados (Huang, Yu, Liu, Wu, & Kandampully, 2023; Kapoor, Belk, & Goulding, 2022; Vohs, Wang, Gino, & Norton, 2013).

O importante a considerar no âmbito desse artigo é que os ritos, rituais e cerimônias consistem em categorias da análise cultural que carregam dramatização e simbologia que incorporam os valores, crenças e pressupostos em comportamentos. Acredita-se, nesse sentido, que nenhum evento na organização possa ser categorizado como corriqueiro ou trivial, ou seja, diz-se que as realizações nas organizações são creditadas de reconhecimento que tornam expressiva e materializam a cultura (Segalen, 2002; Freitas, 2007; Cupollilo, Casotti & Campos, 2017).

As funções dessas categorias estão fundamentadas em comunicar de forma clara a forma como as pessoas devem se comportar e chamam atenção para os procedimentos que são realizados em coletividade (Shouve & Pantar, 2005, Warde, 2005; Bispo, 2013). Além disso, fornecem experiências que devem ser lembradas e produzem efeitos que influenciam a conduta dos membros do grupo e, analogamente, fornecem identidade comum e segurança para o grupo (Freitas, 1991, Schein, 2009).

Os ritos, por exemplo, configuram como um espectro dramático relativamente elaborado que consolida várias formas de expressão num evento é baseado em interações sociais que demandam audiência do grupo. Em outras palavras, os ritos simbolizam um evento do grupo ao enaltecer um conjunto valores, crenças e princípios do grupo (Frost, 1991; Flores-Pereira, Davel & Cavedon, 2008). Já as cerimônias consistem em um conjunto de ritos sistematizados que se expressam em um evento de maior ressonância simbólica a identidade do grupo e suas características singulares que estão impregnadas de valores e crenças do grupo (Carrieri, Cavedon & Silva, 2008). Por sua vez, os rituais consideram o aspecto simbólico e material que orienta a realização das atividades cotidianas de um grupo. Na visão de Freitas (1991; 2007), os rituais configuram um conjunto de técnicas e procedimentos detalhados que orienta os comportamentos e ações dos membros do grupo sobre seus papéis, e, paralelamente, colaboram no controle da ansiedade diante das incertezas (Frost, 1991; Flores-Pereira, Davel & Cavedon, 2008)

Vale ressaltar que é curioso imaginar a negligência dos estudiosos para os rituais de consumo, pois eles envolvem várias ocasiões, ritos e cerimônias, que se manifestam com trocas de bens e serviços que são oferecidos no mercado. Os rituais podem ser uma forma interessante para descortinar uma série de questões envolvendo o campo da cultura e consumo (Pinto & Lara, 2011).

O conceito de ritual para os culturalista ainda é uma incógnita. Rook (2007) advoga que o ritual para o campo de estudos mercadológicos ainda é mais complexo dadas as confusões de acepção. Esse o autor argumenta que o ritual consiste em um conjunto de atividades e comportamento simbolizados que tendem a se repetir ao longo do tempo como pode ser compreendido na citação a seguir:

O termo ritual refere-se a um tipo de atividade expressiva e simbólica construída de múltiplos comportamentos que se dão numa seqüência episódica e tendem a se repetir com o passar do tempo. O comportamento ritual roteirizado é representado

dramaticamente e realizado com formalidade, seriedade e intensidade interna. (ROOK, 2007, p.83).

O que é relevante nos ritos é a dramatização envolvida em torno do ritual e, principalmente, a característica de se perpetuar ao longo do tempo como expressão genuína tratada com respeito e seriedade pela coletividade que o manifesta (Shove & Pantar, 2005; Warde, 2005; Bispo, 2013)

Vale destacar a característica fixa do conjunto de eventos relacionados ao ritual que se repetem para tratar realidades específicas que possuem sentido relevante para coletividade que o desenvolve, não é apenas um procedimento, mas um conjunto simbolizado de atividades com significados intrínsecos (Cupollilo, Casotti & Campos, 2017). Assim, o que difere o ritual de um hábito, por exemplo, é a simbologia compartilhada e o sentido produzido pela coletividade. As sequências de um café da manhã são hábitos, mas o consumo de comida em determinadas datas demonstra simbolicamente uma expressão que se estende para uma coletividade que se repete em episódios invariáveis na maioria das vezes.

O ritual apresenta aspectos constitutivos que determinam a sua manifestação como, por exemplo, os artefatos rituais, um roteiro sequencial, representação de papéis e a plateia do ritual (Rook, 2007). O artefato consiste na presença de um arranjo material que permite a manifestação do ritual, o roteiro orienta a utilização dos artefatos e os comportamentos esperados de cada figura envolvida, inclusive a plateia

Os papéis dos atores do ritual podem ser rigidamente roteirizados por comportamentos esperados, mas a representação desses papéis pode ser incerta e definida em função dos comportamentos espontâneos previstos no conjunto de expressões do ritual. A plateia se configura em atores que podem ser espectadores ou participantes de momentos específicos do ritual, podem fornecer validade ao ritual através de avaliações dos papéis desenvolvidos ao longo das manifestações ritualísticas (Rook, 2007; Cupollilo, Casotti & Campos, 2017).

Dessa forma, o ritual é uma linguagem que se manifesta no corpo por movimentos, posições e formas sobre tamanho, aparência, cor que poderão determinar artefatos, roteiros, papéis e plateia da expressão ritualística (Rook, 2007; Cupollilo, Casotti & Campos, 2017).

Para além da linguagem material, McCracken (2003) assevera o papel de fixação simbólica da cultura por meio dos rituais que são carregados de traços culturais de uma coletividade. O autor adiciona à experiência de consumo os rituais de troca, posse, arrumação e despojamento que estão embarcados de significados que determinam relações entre o consumo e os consumidores. Para esse trabalho fora utilizada a categoria de ritual de consumo enfatizando especialmente os arranjos materiais das Ontologias do Lugar em Schatzki (2006, 2011).

Em suma, as Ontologias do Lugar e as categorias dos Rituais de Consumo operacionalizam a investigação proposta com ferramentas que permitem compreender a manifestação dos elementos materiais nas experiências de consumo de cachaça de alambiques no contexto das confrarias dedicadas ao destilado.

3 – PERCURSO METODOLÓGICO

3.1 Método

A abordagem dessa investigação é qualitativa, os objetivos dessa natureza de pesquisa estão relacionados a explorar e descrever a realidade em uma leitura das representações, seus sentidos e significante (Schneider, 2014).

Para assuntos pouco abordados em pesquisas antecessoras, a pesquisa exploratória auxilia a desenvolver conceitos e complexas estruturas interpretativas que ainda não tiveram o

devido interesse empregado como é o caso do consumo de cachaças artesanais no contexto brasileiro (Bauer & Gaskell, 2008). Justifica-se a utilização dessa abordagem por facilitar o processo de compreensão e interpretação do fenômeno investigado, pois é possível abordar unidades isoladas de tempo e espaço com a seleção de uma amostra especial.

Vale considerar ainda que foi conduzido um estudo de caso conforme orienta Schneider (2014) e o objeto de pesquisa foram confrarias de consumo de cachaça de alambique situadas na cidade de Belo Horizonte, e os elementos foram selecionados entre os integrantes dos grupos que foram acompanhados por mais de 1 um ano e meio pelos pesquisadores. Considerou-se como critério de seleção grupos de consumidores as práticas regulares de consumo do destilado.

3.2 Coleta de dados

Foram realizadas 32 entrevistas em profundidade com os confrades e congreiras das organizações individualmente. Duas entrevistas foram inutilizadas, uma interrompida pelo desinteresse da entrevistada em fornecer informações e a segunda em função do equipamento de registro ter sido furtado junto com os pertences de um dos pesquisadores durante a coleta de dados. Foram abordadas nas entrevistas questões que tratavam de elementos materiais como, por exemplo, espaço geográfico, tempo (aspectos climáticos e ocasiões de consumo específicas), elementos do destilado, ou seja, preferências sobre envelhecimento, temperatura da cachaça, recipientes de consumo, como também harmonizações com elementos gastronômicos.

Para além das entrevistas, foi feita a observação participante por meio da participação e integração no grupo de confrades consumidores de cachaça artesanal, conforme mencionado por mais de 18 meses. Acreditou-se que para compreender a realidade desses grupos a observação participante era fundamental para perceber a realidade por trás do olhar dos consumidores de cachaças artesanais, isso se torna factível com processo de imersão profunda do pesquisador na realidade dessas pessoas (McCracken, 2007). O diário de campo complementou a coleta de dados ao fornecer informações relevantes e redes de conexões que permitiram compreender sentidos entre as categorias analisadas, ou seja, os contextos do consumo de cachaça artesanal materializados em entendimentos, regras e nas redes teleoafetivas.

3.3 Análise de dados

As entrevistas foram transcritas, pontuadas e analisadas à luz da Análise de Conteúdo em Bardin (1977), visto que essa pareceu ser a mais apropriada, quando se visa identificar o que está sendo dito a respeito de determinado tema, esse associado aos fatores e aspectos culturais e sócio-históricos (Vergara, 2005; Rocha & Rocha, 2007).

A análise dos dados foi procedida com a reunião de todo o material coletado a fim de identificar como seriam tratados, para que as categorias e subcategorias fossem representadas fidedignamente. Para isso, foi necessário que todo o material fosse colocado em um mesmo tipo de formato para que a análise não se perdesse dentre diversas formatações e facilitasse o trabalho do pesquisador e filtrado em função dos temas centrais.

As entrevistas foram transcritas para linguagem de processadores eletrônicos de texto. A partir daí, foi verificado se os dados tinham condições de ser tratados. Como não houve nenhum obstáculo tecnológico ou conceitual que impedissem em relação à qualidade das entrevistas, a análise e categorização dos dados foi procedida naturalmente.

Na análise emergiram diversas categorias. Nesse artigo, serão discutidas três delas: a primeira nomeada “O Espaço”, a segunda chamada de “O recipiente: copo, taça ou xote” e a terceira denominada “Harmonizando a cachaça com a culinária”. A seguir são discutidas as descobertas da pesquisa.

4 – APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 O Espaço

Aos entrevistados solicitou-se que imaginassem o momento apropriado para consumo de cachaça, que descrevessem as características do local como espaços privados e coletivos e aspectos climáticos. Os depoimentos foram variados, percebeu-se que os espaços coletivos foram citados com maior frequência como apresentado nas narrativas.

O entrevistado 5 relata que o ambiente preferido para consumo da cachaça é no boteco, como mencionado a seguir. Ou seja, aqui entra em cena uma questão importante: a relevância das relações sociais envolvidas no consumo da bebida. O entrevistado reforça a ideia de que quem bebe em boteco consegue fazer mais amizade e torna o ato de beber muito mais prazeroso. Para esse entrevistado, o clima de boteco, regado a bebidas, potencializa o “poder” da bebida para além do sabor.

Cara, mesa de boteco. Eu falo que eu sou botequeiro de mão cheia, eu devo ir no boteco quase todo dia, eu vou no boteco, eu não gosto muito de ficar em casa e jantar não, eu gosto do clima do boteco, é muito bom. Muitas vezes eu saio para o boteco e minha esposa fala assim: "ah eu não vou não!" "Então deixa que eu vou sozinho". "Ah, mas você vai sozinho para..." Quem bebe cachaça sempre arruma amizade no boteco, em qualquer lugar e tem muito disso no boteco.

O entrevistado 7 também mencionou o boteco como o lugar apropriado para consumo do destilado, mas faz deferência entre os estabelecimentos que frequenta, como mencionado no seu depoimento.

Eu prefiro boteco, uma loja igual essa daqui, super arrumada, super bem feita. Aqui é o local ideal para o consumo de cachaça. botequim, botequim não. É igual você vai ali na Rua Sapucaí, tem lá o bar Sapucaí, lá é agradável de tomar cachaça, você vai. Eu tomei café outro dia com uma cliente minha lá no museu, no museu casa de baile, café do baile que chama. E assim boteco de bairro aí eu tenho um pouco de preconceito, eu não tomo não, pode ser a melhor cachaça. Eu só tenho cachaça boa em casa, tenho 3 cachaças boas fechadinhas, vou sair para tomar no boteco, naqueles botecos lá ainda? Não vou não.

Embora o entrevistado 7 tenha mencionado o boteco como um lugar adequado para o consumo de cachaça, seu depoimento esclarece que não é qualquer tipo de boteco. Especialmente, revela que não frequenta os botecos de bairro e também aqueles que não se enquadram em ‘bem arrumado’. Acredita-se que esse aspecto demonstra caráter distintivo do consumo de cachaça, pois no depoimento o entrevistado revela seu ‘preconceito’ com os estabelecimentos que são relacionados ao consumidor de cachaça de baixa capacidade financeira como comenta McCracken (2007).

Complementarmente, a entrevistada 23 revela que consome o destilado somente em eventos, ou seja, em espaços coletivos com a presença de amigos, principalmente em celebrações como aniversários. Aqui, novamente, como já assinalado anteriormente, emerge a questão dos relacionamentos que são potencializados a partir do consumo da cachaça com amigos em eventos especiais.

Eu só bebo em eventos. Não pego ela na minha adega e bebo durante o dia assim não. Eu bebo só em eventos. Vai ter aniversário de alguém, uma festa de alguém eu sempre levo para o pessoal brincar naquelas brincadeiras de roda-roda, essas coisas assim. Quando estou em restaurantes também eu sempre olho a carta e vejo o que tem de cachaça na carta e aí peço sempre uma diferente, uma que eu não tinha visto e tal, aí peço uma dose, mas só isso.

Ainda que os espaços coletivos sejam preferidos pela entrevistada 23, percebeu-se que os eventos e celebrações, principalmente aqueles associados à confraria são destacados como espaços para o consumo do destilado.

Vale destacar que os eventos abertos e fechados são pensados pelos coordenadores da confraria considerando os elementos culturais como os pressupostos e valores, ou seja, considera-se locais nos quais é possível criar uma relação de sentido entre o consumo de cachaça e os elementos da cultura brasileira e, especialmente, da cultura mineira (Freitas, 1991; Frost, 1991).

Outros entrevistados revelaram que o espaço privado também é uma escolha adequada para o consumo de cachaça. Especialmente, espaços privados com a presença de amigos e familiares.

Embora não haja consenso sobre o local adequado para os confrades e congreiras entrevistados, percebem-se marcadores comuns que delimitam as preferências dos entrevistados. Foi mencionado pelos entrevistados que a presença de amigos e/ou familiares é o requisito para que o local se torne adequado para consumir o destilado.

A seguir serão retratados aspectos quanto às preferências das características de apresentação do destilado que refletem os rituais de consumo dos confrades.

4.2 O recipiente: copo, taça ou xote

Outro aspecto retratado no trabalho se refere aos hábitos de consumo do destilado quanto aos aspectos tangíveis, ou seja, quanto ao aparato material que permite consumir o destilado adequadamente e privilegiar os sentidos no processo de apropriação das características do destilado.

Shatzki (2011) argumenta que os arranjos materiais podem produzir efeitos diferenciados nas experiências do homem com o mundo. Acredita-se que a reconfiguração das relações de consumo da cachaça de alambique pode ser explicada pela ritualização da experiência com artefatos como recipientes específicos que apresentam um repertório particular do apreciador de cachaça de alambique.

Ao questionar aos confrades e congreiras sobre suas preferências de consumo da bebida em vasilhames que permitem melhor apropriação das características organolépticas da bebida, inicialmente, foi revelado que esses aspectos não influenciam, como pode ser verificado no depoimento do entrevistado 7.

Então, eu não tenho muito problema com o copo que eu vou tomar cachaça assim não. Eu acho que tem que ser limpo e de vidro. Ou seja, vidro, louça, que você consegue fazer uma limpeza adequada. A taça é interessante para quando a gente tá conhecendo a bebida, você via cheirar, ver a cachaça, você vai poder provar em pequenos goles.

Por um lado, o entrevistado 7 acredita que o copo precisa estar limpo e ser de vidro para não comprometer a bebida, por outro lado, reconhece que a taça ISO favorece o processo de conhecimento e apropriação das características da bebida. McCracken (2007) argumenta que a Teoria *Trickle-Down* e *Trickle-Up* são maneiras das classes sociais se distinguirem, como será argumentado a seguir, o consumo de cachaça de alambique por confrarias apresentam estratégias simbólicas e materiais de desvencilhar do tradicional ‘cachaceiro’ estigmatizado na sociedade brasileira, como comentado anteriormente.

Outros entrevistados foram mais incisivos sobre o uso da taça no consumo da bebida como pode ser observado no trecho do depoimento do entrevistado 11. Todo esse ritual verificado com o uso dos artefatos materiais para a degustação da bebida foi também

percebida no estudo conduzido por Nery e Pinto (2019) no contexto das confrarias de cervejas artesanais.

Então e tem todo um procedimento eu, por exemplo, tomo cachaça é a cachaça pura mesmo, eu não gosto nem daquele copinho pequenininho de degustação, eu gosto de tomar cachaça em taça ou em copo com a boca mais larga, porque ao mesmo tempo que eu tô tomando a cachaça eu estou sentindo o cheiro dela, o aroma e as particularidades.

Além disso, foi indagado se o consumo da bebida na taça *ISO* modifica a experiência de consumo, ou seja, produz efeitos diferenciados de outros tipos de vasilhames como, por exemplo, o copo tipo martelo e o copo tipo xote. Outros entrevistados reconhecem que esse artefato proporciona análises sensoriais mais profundas. O entrevistado 24 argumenta que o tipo de recipiente interfere muito, como se observou a seguir.

Interfere e muito! Eu tenho um grupo de amigos que eles até fazem uma brincadeira comigo, por causa da tacinha. Depois que eu comecei a beber a cachaça na taça, mudou completamente a concepção. Assim, parece que aguça os sabores da cachaça, então para mim, o ideal seria a famosa tacinha lá da cachaça

O entrevistado 24 ainda assevera que a taça *ISO* é especificada para o consumo da bebida e a sua percepção do consumo do destilado se modificou em função da adoção desse hábito. Percebe-se que as características materiais produzem efeitos nas relações de consumo e reconfiguram a percepção e interpretação da realidade, especialmente, das características da cachaça.

As confrarias foram questionadas sobre esse elemento presente na relação de consumo. A entrevistada 7 revela que na percepção dela não há diferença no consumo cotidiano e é necessário respeitar a diversidade de rituais de consumo, seja ele com taça *ISO*, martelo ou xote, como observado a seguir.

[...] entender e respeitar tão falada diversidade, que é tão bacana hoje, esse conceito que é tão maravilhoso. Vamos permitir a história diversidade! Seguente você gosta de tomar uma taça *ISO* e abomina jogar no chão, eu acho que até indelicado você pega uma bebida jogar no chão do restaurante Dependendo do restaurante jogar no chão não dá, mas cada um faz o que quiser, entende?!

A entrevistada acredita que a bebida deve ser consumida de acordo com o entendimento de cada consumidor, apesar de estranhar alguns hábitos sugere que essa diversidade deve ser respeitada, como o hábito de jogar o destilado no chão.

Ao longo dos momentos empíricos, das entrevistas com os confrades e confrarias formadores de opinião, o uso da taça *ISO* se torna relevante ao permitir apreender profundamente as características organolépticas da cachaça. Além dessa defesa, observou-se também que esse recipiente é utilizado como marcador de uma experiência de consumo distinta daquela comumente associada ao ‘cachaceiro’ como comentado por McCracken (2007). Cupollilo, Silva & Campo (2017) argumentam que esses marcadores dão sentido aos valores do grupo ao forjar rituais com marcadores materiais.

Percebeu-se que o cuidado para degustação da bebida em eventos abertos da confraria é comumente associado ao uso da taça *ISO*, esse elemento além de um marcador cultural do grupo. Vale considerar, que esse aspecto material produz efeitos nas experiências de consumo tanto do ponto de vista sensorial quanto do ponto de vista ideacional simbólico. Argumenta-se, nesse sentido, que a experiência de consumo de cachaça de alambique se torna um espectro particular que revela categorias específicas de entendimento da realidade (Shatzki, 2005).

Como argumentado anteriormente, as relações de consumo na interpretação de McCracken (2003) são coerentes com entrelaçadas com outras categorias de consumo, ou seja, o consumo de cachaça de alambique possui identidade com as relações de consumo gastronômicas nas confrarias, a seguir são mencionadas essas associações.

4.3 Harmonizando a cachaça com a culinária

Fora questionado aos confrades e confradeiras da Confala sobre as possíveis associações e as principais combinações realizadas entre a cachaça de alambique e a culinária. Como mencionado anteriormente e sustentado por Shove and Pantzar, (2005), Warde (2005) e McCracken (2007) existem relações de sentido coerentes entre as categorias de consumo, ou seja, existem combinações que privilegiam os elementos culturais defendidos pelos elementos de uma cultura.

Ao que se percebe, foram mencionados elementos culinários que se aproximam fortemente da cultura mineira, especialmente. O entrevistado 3 revelou no seu depoimento a aproximação do consumo de bebida com a culinária, destacou a associação da cachaça com a cultura mineira, como pode ser observado, a seguir.

Então, isso é até porque comida e bebida elas sempre andam muito juntas. Com a cachaça têm as tradicionais né, que é a famosa comida de boteco né, comida mineira: a linguça, o torresmo, a mandioca, o queijo foi uma surpresa, harmonização com queijos que até então, a gente não imaginava que pudesse ser uma coisa assim, que encaixasse tão bem, mas encaixou muito bem. Mas geralmente esses restaurantes, a maioria deles, o menu deles é o quê? Linguicinha, torresmo, são comidas mais gordurosas né. Uma coisa que funciona mais né, com a cachaça. Então assim, é o famoso tira gosto de Boteco né, que a gente imagina assim.

Além de destacar a simbiose com a culinária mineira, o entrevistado revelou também a aproximação com a comida consumida em boteco. Ressalta-se que a capital mineira onde foi fundada a confraria é reconhecida internacionalmente como a cidade dos bares e botecos, esse pode ser considerando mais um marcador de aproximação do consumo de cachaça com a cultura mineira (Shove & Pantar, 2005; McCracken, 2007).

O entrevistado 11 além de mencionar a preparação de um tira gosto baseado em linguça de porco relata também a harmonização da cachaça âmbar envelhecida e da cachaça branca, de acordo com o seu paladar, os elementos culinários preferidos em cada ocasião. As menções reforçam as argumentações contidas nos depoimentos anteriores, como se percebe, a seguir

Olha, eu gosto muito de harmonizar quando eu vou tomar assim é com cachaça envelhecida sabe, a cachaça branca para ser bem honesto quando eu tomo ela, para mim eu gosto de tirar gosto com legumes mesmo, tomate às vezes, até com fruta. Agora a cachaça envelhecida não, ela já pede para mim alguma coisa. Então a gente tem um tira gosto, eu e o entrevistado 10, a gente gosta muito de fazer com a cachaça envelhecida no caso, não sei se ele falou com você de uma linguinha no champanhe? Que casa muito bem, esse tira-gosto mais adocicado sabe, com a cachaça envelhecida no carvalho eu acho que casa muito bem. Eu acho que no caso de cachaça brancas eu gosto de legumes e frutas e gosto de também torresmo, o famoso torresmo fica bom também.

Destaca-se que o entrevistado propõe combinações culinárias diferentes para cada tipo de cachaça, ou seja, observa-se que as características organolépticas da cachaça são consideradas para cada ocasião social diante de um conjunto de elementos culinários, assim como acontece com o vinho, por exemplo. Acredita-se que esse movimento dos integrantes confrarias criar harmonizações com a culinária resultará em adequações que permitiram

explorar as características de cada tipo de cachaça (Shove & Pantar, 2005; Warde, 2005; Schatzki, 2006; McCracken, 2007; Schor, 2007).

A entrevistada 14 corrobora os comentários das outras entrevistas ao reforçar seus hábitos de consumo culinário baseados na cachaça e na cultura mineira, como é observado a seguir.

O que é muito comum é o mais o que a gente mais gosta mesmo né?! Tira gosto, principalmente, o torresmo né?! Nossa senhora, essa aí é o que combina e uma das coisas que eu gosto, último comentário, cachaça com chouriço faço com seu marido.

A entrevistada revelou que além do torresmo como tira gosto, gosta de consumir a cachaça com chouriço na companhia do seu marido. Nota-se aqui a inserção da cultura mineira nos hábitos de consumo de alimentação. Dito de outra forma, a cachaça não se insere sozinha no dia dos consumidores pesquisados, mas traz consigo outros hábitos que se constituem como tradicionais da culinária mineira.

Os demais entrevistados não revelaram informações adicionais sobre a harmonização com a comida, a entrevistada 27 comentou que não havia pensado profundamente sobre o assunto, que geralmente consome a cachaça com os elementos culinários presentes na sua realidade, aspecto que se aproxima da explicação contextual das Ontologias do Lugar (Schatzki, 2006).

As relações estabelecidas entre as pessoas e os bens se manifestam em significados coerentes entre si (Shove & Pantar, 2005; Warde, 2005; Schatzki, 2006; McCracken, 2010; Douglas & Isherwood, 2006; Cupolilo, Casotti & Campos, 2017). Acredita-se que os rituais de consumo de cachaça são corroborados pelos aspectos materiais, ou seja, os arranjos materiais produzem lastro para o mundo culturalmente constituído.

Em outras palavras, percebeu-se que as questões relacionadas às características materiais e as evidências empíricas dos depoimentos e da observação participante reforçam que a realidade factual e artefactual como, por exemplo, temperatura ambiental, temperatura da bebida, vasilhame de acondicionamento e consumo e, por fim, as harmonizações com outros elementos culinários estabelecem identidade com os valores, pressupostos, conhecimentos e regras compartilhados entre os membros da confraria.

A experiência de consumo de cachaça de alambique se consolida pelas imbricações entre o material e o simbólico que são elementos recursivos, assevera-se uma relação de interdependência que produz sentido aos rituais realizados pelos confrades e confreriras.

4.4 Síntese dos Resultados

Os aspectos materiais se manifestam nas experiências de consumo de cachaça de alambique como elementos que produzem efeitos que são percebidos empiricamente pelas confreriras e também simbolicamente com a reprodução de conceitos relacionados aos valores e pressupostos defendidos pela cultura do grupo (McCracken, 2003; Schatzki, 2011). Vale destacar que os arranjos materiais se revelam como lastros que constituem o espectro da relação de consumo de cachaça de alambique experienciada por membros de confrarias.

Ao considerar os arranjos materiais presentes nas experiências de consumo de cachaça de alambique, observaram-se os aspectos ambientais e os artefatos que compõem o ritual de consumo dos confrades e confreriras. Foram investigados o clima, lugares, aspectos organolépticos do destilado e as possíveis harmonizações com a culinária. Embora não tenha sido percebida unanimidade entre os depoimentos inter e intraorganizacionais, alguns fatores emergiram com maior frequência nas entrevistadas dos confrades e confreriras e foram corroborados pela observação participante conduzida pelo pesquisador.

Os locais de consumo se resumiram em bares e restaurantes e, principalmente, nos encontros abertos e fechados das confrarias realizados pelas confrarias, reuniões nas casas de

amigos como também com familiares em suas próprias casas. Percebeu-se que nos comentários que os momentos de consumo sempre são coletivos.

Sobre os artefatos foi observado e confirmado nos depoimentos dos participantes que os recipientes utilizados para consumo do destilado podem interferir na experiência de consumo do destilado, por exemplo, a taça ISO privilegia a apropriação das características organolépticas da cachaça em uma análise sensorial na percepção dos entrevistados. Entretanto, vale mencionar que os participantes também ressaltaram que o consumo é contextual e não há problema em usar o copo martelo ou xote para o consumo do destilado, principalmente considerando o repertório e a relação que cada consumidor estabelece com a cachaça.

Em outras palavras, os confrades e congreiras defendem o uso da taça ISO em eventos, nos processos de análise sensorial, mas não se opuseram ao consumo realizado em outros tipos de copo. Ainda assim, observou-se nos eventos abertos e fechados que todos os participantes levam suas taças para consumo do destilado, ou seja, percebeu-se que essa prática do uso da taça é incorporada pelos membros das confrarias.

Foi investigado a harmonização da cachaça com a culinária e as menções foram diversas. Como comenta McCracken (2003), o consumo é sempre associativo e coeso e a sua afirmação vai ao encontro da defesa de Barbosa (2003) ao mencionar que nenhum consumo é genérico, pois é atravessado pelos elementos culturais, os quais foram aprendidos pelos participantes nos seus grupos de referência. Contudo, destaca-se que foram mencionados pelos participantes elementos culinários da cultura mineira, principalmente.

Os entrevistados ressaltaram o papel de destaque do tira gosto de boteco e também o consumo de elementos culinários mais gordurosos, geralmente associados à carne suína. Alguns entrevistados mencionaram que as características de envelhecimento da cachaça também são definitivas para escolha do tipo de acompanhamento ou comida que será consumida.

A análise sintética revela que os elementos materiais incorporam os aspectos simbólicos e ideacionais que estão internalizados nas crenças e valores das confrarias. Por esse motivo, foi compreendido que o conjunto de arranjos materiais traduziu-se nos rituais e como as confrarias compreendem as práticas de consumo de cachaça de alambique. A intenção desses consumidores consistiu em dissociar o sentido negativo do consumo do destilado, para isso espaços, recipientes e as formas de harmonização se distanciam gradativamente do consumidor de baixa renda.

5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo se propôs a investigar experiências configuradas em rituais de consumo pela lente das Ontologias do Lugar em Schatzki (2003, 2006, 2011) ao considerar nesse recorte os elementos materiais do consumo de cachaça de alambique no âmbito das confrarias em Minas Gerais. Observou-se que os elementos materiais presentes nos rituais de consumo (re)configuram as experiências desde a produção até o consumo de cachaça de alambique, assim como asseverou Lobato et. al. (2020).

As evidências empíricas, ou seja, as práticas de consumo dos confrades e congreiras, se desdobram em rituais que, como comentado em Freitas (1991), reproduzem valores e crenças inéditos que se baseiam em movimentos de distinção social (McCracken, 2003). A questão da distinção social que emergiu nas análises serve de base para inaugurar uma série de discussões que colocam em linha o papel dos artefatos e materiais presentes no consumo associadas aos rituais que funcionam como forma de (re)criação de espaços de socialização a partir das práticas.

Ainda nessa seara, a pesquisa evidenciou ainda que há intenção de afastar os estigmas associados à figura do “cachaceiro” e reconhecer o consumo como um elemento da cultura local das confrarias com o uso de espaços, artefatos e harmonizações do destilado. Percebe-se toda uma tentativa de desviar os significados do consumo da cachaça para uma posição de *glamour* e sofisticação, a qual pode ser reforçada pelos recursos diversos relacionados aos rituais e também a determinados artefatos e materiais. Nesse ponto, cabe salientar que a literatura da teoria da prática pode ser uma aliada pertinente para se avançar nessa discussão, trazendo novos contornos aos fenômenos contemplados na pesquisa.

Sendo assim, a contribuição desse trabalho se fundamenta em demonstrar as possibilidades de alinhamento epistemológico e teórico para compreender as práticas de consumo em suas especificidades, esse texto demonstrou as nuances dos arranjos materiais e suas relações com as reproduções simbólicas dos consumidores de cachaça de alambique artesanal.

Nessa esteira, acredita-se que o trabalho colabora em integrar estudos do consumo e os estudos organizacionais a partir das Ontologias do Lugar para compreender as práticas manifestadas, nesse caso particular, no consumo de cachaça, mas que pode ser estendido para outras propostas investigativas que reconhecem as imbricações das nuances simbólicas e materiais dos fenômenos da realidade social.

Acredita-se ainda que essa pesquisa contribui socialmente, ao lançar luzes a um tema moralmente contestado que é o consumo de bebidas alcoólicas. Adicionado a isso, oferece a compreensão que o consumo de cachaça não é sinônimo de alcoolismo, ao mesmo tempo em reforça a ideia de que a bebida não é uma causa desse problema de saúde pública. É mais adequado considerá-la como ator nesse contexto, dado o acesso facilitado financeiramente, geralmente associado à baixa qualidade dos produtos dos mercados informais.

Diante desses elementos, observa-se que os rituais de consumo de cachaça das confrarias investigadas estão fundamentados nas expressões da cultura local, ou seja, da cultura mineira, pois os entrevistados vivenciam essas experiências permeadas por valores e tradições locais. Essa constatação parece se constituir em uma contribuição do trabalho para os estudos regionais, uma vez que ratifica a importância das práticas de alimentação (e bebidas), reforçada nos rituais e nos artefatos materiais, para a (re)definição da identidade local. Os resultados da pesquisa permitem afirmar que há uma conexão entre o consumo de bebidas, de alimentos no processo de (re)socialização dos indivíduos. Ou seja, percebeu-se a nítida harmonização da cachaça com a culinária. Não obstante, esses rituais produzem relações de sentido que permitem um programa de identidade e sentimento de pertencimento que considera o compartilhamento de crenças e valores incorporados nesses momentos solenes.

Vale destacar que essas revelações são particularmente associadas aos grupos investigados e, por esse motivo, não podem ser considerados unânimes sobre a realidade dos rituais de consumo de cachaça de alambique e, dessa forma, entende-se como uma limitação dessa investigação. Como recomendação sugere-se a realização de pesquisas em outras regiões, grupos e espaços temporais diferentes como possibilidade de revelar curiosidades sobre a experiência de consumo de cachaça de alambique ritualizada em confrarias. A lista de possibilidades para estudos futuros pode ainda ampliar a discussão para outras correntes da teoria da prática e avançar em outros aspectos dos rituais de consumo tais como roteiro, plateia e papéis no ritual. A relação da cachaça com outros itens da culinária mineira também poderia ser explorada em outras investigações que tivessem, para além dos rituais e das ontologias do lugar, a relevância de aspectos culturais tradicionais que podem ter construções diferentes para cada um dos públicos pesquisados.

Resta ainda mencionar que o trabalho faz menção a um tipo de mercado que merece maiores escrutínios por parte dos pesquisadores de consumo: os mercados contestados. Essas

discussões lançam luz sobre a relação marketing e sociedade e são caras para aqueles que almejam pensar o marketing para além da esfera gerencial e funcionalista. Sendo assim, recomendam-se investigações como mercados moralmente contestados, nos quais os consumidores sofrem constrangimentos e são estigmatizados por hábitos de consumo incomuns para determinadas estruturas sociais.

REFERÊNCIAS

Arnould, E.J., & Thompson, C. J. (2005). Consumer culture theory (CCT): twenty years of research. *Journal of Consumer Research*, 3(4), 868-882.

Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Bauer, M. W., & Gaskell, G. (2008). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes.

Bispo, M. (2013). Estudos baseados em prática: conceitos, história e perspectivas. *Revista Interdisciplinar de Gestão Social*, 2(1), 13-33.

Carrieri, A. P., Cavedon, N. R., & Silva, A. R. L. (2008). *Cultura nas organizações*. Curitiba: Juruá.

Cachaça com Notícias. Atitude Consciente. Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade. Ano 8. Nº39. Janeiro/Fevereiro. 2015.

Cohen, I. J. (1999). Teoria da estruturação e práxis social;. In: Anthony Giddens; Jonathan Turner (orgs.). *Teoria social hoje*. São Paulo: Editora UNESP, 393-446.

Cupollilo, M. B. N., Casotti, L. M., & Campos, R. D. (2017). Estudos de consumo: um convite para a riqueza e para a simplicidade da pesquisa de rituais brasileiros. *Revista ADM.MADE*, 17(3), 27-46.

Douglas, M., & Isherwood, B. (2006). *O Mundo dos Bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.

Flores-Pereira, M. T., Davel, E., & Cavedon, N. R. (2008). Drinking beer and understanding organizational culture embodiment. (New York), 61, 1007-1026.

Frost, P. J. (1991). *Reframing organizational culture*. California: Sage Publications.

Halkier, B., Katz-Gerro, T. & Martens, L. (2011) Applying practice theory to the study of consumption: Theoretical and methodological considerations. *Journal of Consumer Culture* 11(1): 3-13.

Huang, H., Yu, X., Liu, S. Q., Wu, L. L., & Kandampully J. (2023). How consumption ritual affects group versus solo diners. *International Journal of Hospitality Management*, 115, 2023,

Kapoor, V., Belk, R., & Goulding, C. (2022). Ritual revision during a crisis: The case of Indian religious rituals during the COVID-19 pandemic. *Journal of Public Policy & Marketing*, 41(3), 277–297.

- Lobato, C. B. P., Brito, V. G. P., Brito, M. J., & Paiva, A. L. (2020). Estratégias de Produção e Mercado de uma Organização Produtora de Cachaça: Uma Abordagem Construtivista. *Revista de Ciências da Administração*, 22(57), 87-100.
- Mangi, L. C. M. (2004). As "confrarias" como um fenômeno organizacional brasileiro: uma reflexão sobre significados. *Cadernos EBAPE.BR*, 2(2), 1-16.
- McCracken, G. (2003). *Cultura e Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. Rio de Janeiro: Mauad.
- McCracken, G. (2007). Cultura e Consumo: Uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. *Revista de Administração de Empresas*, 47(1), 99-115.
- Nery, M. V., & Pinto, M. R. (2019). A construção de significados por meio de rituais de consumo de cervejas artesanais. *Revista Perspectivas Contemporâneas*, 14(2), 125-143.
- Pinto, M. R., & Lara, J. E. (2011). As experiências de consumo na perspectiva da teoria da cultura de consumo: identificando possíveis interlocuções e propondo uma agenda de pesquisa. *Cadernos Ebape.BR*, 9(1), 37-56.
- Rocha, A., & Rocha, E. (2007). Paradigma interpretativo nos estudos de consumo: retrospectiva, reflexões e uma agenda de pesquisa para o Brasil. *Revista de Administração de Empresas*, 47(1), 71-80.
- Rook, D. W. (2007). Dimensão ritual do comportamento de consumo. *Revista de Administração de Empresas*, 47(1), 81-98.
- Sandberg, J., & Tsoukas, H. (2011). Grasping the logic of practice: Theorizing through practical rationality. *Academy of Management Review*, 36(2), 338-360.
- Santos, L. L. S., & Silveira, R. A. (2015). Por uma epistemologia das práticas organizacionais: a contribuição de Theodore Schatzki. *Organizações & Sociedade*, 22(72), 79-98.
- Schatzki, T. R. (2003). A new societist social ontology. *Philosophy of the Social Sciences*, 33(2), 174-202.
- Schatzki, T. R. (2005). Sites of organizations. *Organization Studies*, 26(3), 465-484.
- Schatzki, T. R. (2006). On organizations as they happen. *Organization Studies*, 27(12), 1863-1873.
- Schatzki, T. R. (2011). Where the action is (on large social phenomena such as sociotechnical regimes). *Sustainable Practices Research Group*, Working Paper, 1.
- Schneider, L. (2014). O uso do método estudo de caso em publicações do Journal of Operations Management - 2002 - 2012. *Revista Brasileira de Gestão e Inovação*, 1(2), 60-86.
- Schor, J. B. (2007). In defense of consumer critique: revisiting the consumption debates of the Twentieth Century. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Lancaster, 611(1), 16-30.
- Segalen, M. (2002). *Ritos e rituais contemporâneos*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.

Shove, E., & Pantzar, M. (2005). Consumers, producers and practices: Understanding the invention and reinvention of nordic walking. *Journal of Consumer Culture*, 5(1), 43-64.

Shove, E., Pantzar, M., & Watson, M. (2012). *The dynamics of social practice: Everyday life and how it changes*. London: Sage.

Vergara, S. C. (2012). *Métodos de Pesquisa em Administração*. São Paulo: Atlas.

Vohs, K. D., Wang, Y., Gino, F., & Norton, M. I. (2013). Rituals enhance consumption. *Psychological Science*, 24(9), 1714-1721.

Warde, A. (2005). Consumption and Theories of Practice. *Journal of Consumer Culture*, 131-153.

Warde, A. (2014). After taste: Culture, consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, 14(3), 279-303.