

## **Contribuições teóricas para a reordenação do Status da Cachaça Mineira**

**DANIEL CALBINO**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL REI (UFSJ)

**VALÉRIA BRITO**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)

**THATIANA STACANELLI TEIXEIRA**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecemos ao CNPq por financiar a respectiva pesquisa com uma bolsa de Pós-Doutorado Junior para um dos autores.

## **Contribuições teóricas para a reordenação do Status da Cachaça Mineira**

### **1. Introdução**

Por séculos, o estudo do status tem sido um dos objetos de investigação das ciências sociais com uma agenda de pesquisa consolidada sob a ótica sociológica (Ollivier, 2009; Jensen et al., 2011; Salata, 2016). Na área de Administração, o status ganhou força ao constatar que a análise da sua dinâmica poderia explicar os impactos causados nas organizações. A partir da introdução do status de mercado, elaborada por Podolny (1993), mais de 160 artigos foram publicados nos principais periódicos internacionais (Piazza & Castellucci, 2014).

Ainda que o campo registre significativas contribuições para o estudo das organizações, uma das lacunas teóricas trata-se das explicações de como o status emerge e se institucionaliza em grandes campos institucionais (Saxton & Saxton, 2011; Delmestri & Greenwood, 2016). No caso da literatura nacional a carência parece mais acentuada. Além do reduzido número de pesquisas sobre o status, o cenário é marcado por investigações que colocam o objeto mais para o nível micro organizacional (Gondim et al., 2009; Vilela, 2011; Rocha, 2017; Maciel & Chaves, 2017) do que para as análises que compreendam as dinâmicas de mercados (Rossoni & Garrido Filho, 2015). Nesse sentido, as mudanças registradas no setor da cachaça mineira podem trazer elementos relevantes para a temática. Vista tradicionalmente pela baixa qualidade, até o começo de 1980 a cachaça de alambique tinha o foco em atender as classes C e D, representando um baixo valor agregado entre os destilados (Silva, 2009; Paiva, 2017; Souza, 2018). Após um conjunto de esforços institucionais realizados por uma rede de atores mineiros, a bebida modificou de qualidade, elevando-se a um patamar de alto prestígio social.

Atualmente, dentre as bebidas destiladas, a cachaça é a mais consumida no Brasil, representando 87% do mercado nacional e uma das três na liderança mundial. Com a venda de 520,9 milhões de litros e a movimentação 7,5 bilhões de reais por ano, o setor emprega 600 mil trabalhadores e possui uma previsão de crescimento de 5,1% até o ano de 2022 (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [SEBRAE], 2019). Em Minas Gerais, além de ser o maior produtor de cachaça de alambique, 200 milhões de litros por ano (50% da produção nacional neste segmento), lidera o número de marcas, 1.400 registros em um total de 3.648 no Brasil (Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento [MAPA], 2019).

No bojo desse cenário, a questão central que orienta o estudo visa compreender como se deu a reordenação do status da cachaça realizada em Minas Gerais, ao longo de quatro décadas? Do ponto de vista teórico propõe-se analisar a experiência a partir da ótica do trabalho institucional. Formulada por Lawrence e Suddaby (2006), Lawrence et al. (2009; 2011) e Lawrence, Leca e Zilber (2013), a abordagem do Trabalho Institucional consiste no esforço em promover a criação, manutenção e disrupção de instituições. A escolha da teoria permite a compreensão dos fenômenos relacionados à mudança institucional com foco nas práticas empregadas pelos atores do campo. Assim, ao investigar como se deu o movimento de alteração de status no setor da cachaça mineira, espera-se fornecer elementos que evidenciam a reordenação do status em contextos macro organizacionais, bem como um suporte teórico que auxilie na explicação das suas mudanças.

### **2.1 Status e Reordenação categórica**

O status, em uma perspectiva sociológica, é um conceito ligado ao ordenamento das unidades de avaliação dentro de um sistema com posições sociais legitimadas (Weber, 1978; Ollivier, 2009; Salata, 2016). Um dos autores clássicos, Max Weber (1978), estabelece a separação entre classe e status como central para compreender o fenômeno. Ainda que as duas dimensões se influenciem mutuamente, a estratificação por classes é a distribuição de poder econômico que categoriza os indivíduos de acordo com os recursos que possuem. Já o status trata-se de uma estratificação social baseada na distribuição de prestígio e/ou honra, atribuídos

em função de características que expressam às avaliações coletivas e as distâncias sociais (Weber, 1978; Ollivier, 2009; Salata, 2016).

Sob esta influência, no campo da Administração o conceito tradicionalmente é tratado pela qualidade percebida que um indivíduo, objeto ou organização apresenta no mercado e se legitima entre posições hierárquicas (Podolny, 1993; Jensen et al., 2011; Rossoni & Guarido Filho, 2015; Maciel & Chaves, 2017). A variação do status ocorre dos diferentes atributos e realizações reivindicadas enquanto privilégios que criam e mantêm hierarquias (Piazza & Castellucci, 2014; Delmestri & Greenwood, 2016). O esboço dessas variações, também definido por categorização, representa as fronteiras cognitivas, a partir do consenso de significados de características em comum entre classes familiares (Durand & Paoletta, 2013).

A posição de status dentro de um sistema social pode variar horizontalmente - em diferentes categorias baseadas em distintas propriedades e atributos, e verticalmente - dentro de diferentes categorias baseadas no compartilhamento de posições de uma categoria horizontal particular (Jensen et al., 2011). Por exemplo, a bebida cachaça é comparada e ranqueada dentro do mesmo setor (vertical) de cachaças (alta, média e baixa qualidade), bem como da relação com outras categorias (horizontal) de destilados (vodca, uísque, gim).

Quanto à literatura que estuda o status na Administração, duas revisões integrativas de Jensen et al. (2011), Piazza e Castellucci (2014), dividem em estudos que tratam: (i) do papel que o status representa dentro da dinâmica analisada; (ii) e dos níveis de análise na qual os estudos são desenvolvidos. Na primeira tipificação, os estudos são marcados por investigações que compreendem as vantagens (Podolny, 1993; Gould et al., 2016; Wang & Jensen, 2018) e desvantagens (Durand et al., 2007; Byrne & Barling, 2017) em se ocupar elevadas posições em uma extensão vertical dentro de determinadas categorias. As atenções estão focadas na mobilidade em espaço de mercados, enfatizando como posições verticais produzem oportunidades de mobilidade para alavancar o status de uma categoria para outra (Skvoretz & Fararo, 2016; Powell et al., 2017). Ressaltam-se ainda os estudos que se destinam às múltiplas posições no mercado, ilustrando como as fronteiras entre categorias afetam a mobilidade organizacional e como novas posições verticais emergem (Kim & Jensen, 2009; Brankovic, 2018). Na segunda tipificação, os estudos são ordenados por níveis de análise. Enquanto o nível micro relaciona-se ao estudo do comportamento, ascensão e avaliação de status, o meso associa as dimensões dos indivíduos e dos ambientes organizacionais. Já o nível macro, os mercados, é respaldado pelas lentes sociológicas, uma vez que as teorias econômicas não explicam a diversidade dos fenômenos que ocorrem no campo (Piazza & Castellucci, 2014).

Na literatura, e em especial a nacional, registra-se que as pesquisas se concentram majoritariamente no nível micro, como na percepção de estudantes sobre o status no trabalho (Gondim et al., 2009), nos imigrantes sírios e libaneses no mercado (Vilela, 2011), e o estudo do status das mulheres negras na categoria de pessoas ricas no Brasil (Rocha, 2017). No nível meso, se a literatura nacional aponta apenas o estudo de Maciel e Chaves (2017) sobre o status entre funcionários de uma organização de tecnologia, a abordagem internacional apresenta diversas publicações. Destacam-se os estudos de Bothner et al. (2012) entre atletas de prestígio e o desempenho em torneios profissionais, Dwertmann e Boehm (2015) nos efeitos dos status entre supervisores e funcionários de 54 unidades de trabalho, e Durand e Kremp (2016) nas influências do status na conformidade das maiores orquestras americanas.

Na esfera macroestrutural, o único trabalho nacional é de Rossoni e Garrido Filho (2015) que exploraram a reputação de empresas no mercado de capitais. Em contrapartida, a abordagem internacional traz os estudos de Podolny (1993) nos bancos de investimentos, a investigação de Delmestri e Greenwood (2016) na mudança de status no mercado da grapa italiana, e Sasaki et al. (2019) em empresas centenárias japonesas de alto status. Ainda que o campo registre significativas contribuições para o estudo do status nas organizações, a

compreensão de como as dinâmicas ocorrem (Piazza & Castellucci, 2014) e a elaboração de teorias que ilustrem os motivos das suas mudanças, ainda tem sido pouco explorada (Saxton & Saxton, 2011; Delmestri & Greenwood, 2016). No intuito de lidar com essa carência, a teoria do trabalho institucional pode servir como uma referência, principalmente por trazer uma bagagem sociológica que contribui para o tratamento do status a partir das ações dos atores em campos organizacionais complexos.

## **2.2 Trabalho Institucional e a reordenação de status**

As pesquisas de trabalho institucional estão predominantemente concentradas na América do Norte e na Europa, ainda com poucos estudos desenvolvidos no Brasil (Zarpelon et al., 2019; Lima et al., 2019; Amarante & Crubellate, 2020). O trabalho institucional emerge de uma vertente da teoria institucional, conhecida por considerar as relações entre organizações e campos em que operam, destacando, o papel das estruturas formais e racionais em permitir ou restringir o comportamento tradicional (Lawrence & Suddaby, 2006). Do ponto de vista histórico, enquanto a perspectiva neoclássica, oriunda na década de 1970, focava na compreensão dos processos pelas quais as instituições governavam as organizações (Scott 2001), o empreendedorismo institucional, do início de 1990, inverteu a abordagem na tentativa de compreender o papel dos atores em transformar as organizações (Hoffman, 1999). Apesar da relevância das duas vertentes, em especial do empreendedorismo em ilustrar um conjunto de práticas que explicam as estratégias dos indivíduos em moldar as organizações, essa abordagem centrava basicamente na figura dos indivíduos como voluntários, pouco explorando a complexidade das influências das estruturas nas ações dos atores (Lawrence et al., 2009; 2011).

No bojo da tensão entre agência e estrutura, uma síntese das pesquisas empíricas publicadas nos principais periódicos internacionais, entre 1990 e 2005, criou as referências para o trabalho institucional, sob as bases ontológicas da sociologia da prática. Lawrence e Suddaby (2006) ao mapearem as intenções dos atores e organizações em intervir nas instituições, definiram a teoria por um conjunto de práticas na qual se criam, mantêm ou rompem as instituições. Em termos conceituais, o trabalho institucional assume que a instituição é definida por elementos culturais, cognitivos e normativos que promovem estabilidade e significado para a vida social (Scott, 2001), enquanto o trabalho envolve as práticas em realizar a construção social de regras, scripts e esquemas culturais. Nessa direção, assume-se que a emergência de uma instituição é o resultado das ações intencionais que envolvem um número significativo de atores e recursos disponíveis (Lawrence & Suddaby, 2006; Lawrence et al., 2013). Logo, o trabalho institucional fornece elementos que explicam a criação de instituições, nas análises de regras, crenças e alterações de sentidos (Lawrence & Suddaby, 2006; Lawrence et al., 2009). Referente às publicações que tratam da criação de instituições, Lawrence et al. (2013) ilustram que a abordagem continua focada no empreendedorismo institucional, uma vez que a análise sob a ótica do trabalho institucional se situa de forma periférica. Em uma revisão integrativa mais recente, na primeira década (2006-2016) de pesquisas, Hampel et al. (2017) observaram que apesar do aumento de investigações que exploram a criação de instituições, entretanto se concentram no nível micro e meso da organizações, e pouco exploram as dimensões que perpassam atores de diversos contextos sociais.

As tendências foram registradas nos últimos anos, em publicações internacionais, na qual se encontrou apenas os estudos de criação institucional em: Delphine (2017) no ambiente inovador de gestão da contabilidade francesa; Hamann e Bertels (2018) na desigualdade das relações trabalhistas de mineradores na África do Sul; e Zvolska et al. (2019) no setor das economias compartilhadas. Referente ao trabalho institucional e a mudança de status, não foram encontradas publicações que tratem das teorias. Entretanto, partimos do pressuposto de que a reordenação de status (verticais e/ou horizontais) pode ser analisada pelo trabalho

institucional, uma vez que o status se trata de uma instituição (definida por elementos culturais que justificam uma hierarquia pautada na qualidade e prestígio), e reordenada a partir de um conjunto de trabalho de atores e recursos disponíveis. Assim, assumiremos nove tipologias de práticas institucionais (vide Quadro 1), no intuito de responder à pergunta da pesquisa. As três primeiras práticas, *advocacia*, *categoria* e *contratação*, refletem o trabalho político na qual reconstróem regras, propriedades de direitos e fronteiras que definem o acesso aos recursos materiais. Enquanto a *advocacia* é um importante componente do interesse de atores e organizações para alocar recursos materiais e políticos na criação de estruturas institucionais, a *categoria* define os limites para a elaboração de hierarquias dentro de um determinado campo e a *contratação* garante por meio do aparato legal, as legislações e normas que darão a legitimidade para os atores (Lawrence & Suddaby, 2006).

Em relação à reordenação de status, se a *advocacia* é um precursor para angariar recursos que possam conferir privilégios, por sua vez, a *categoria* constrói as fronteiras que irão definir o status e identidade aos membros e a *contratação* legitimará as suas práticas no respaldo do aspecto legal. O segundo grupo de práticas, *construir identidades*, *mudar normas* e *elaborar redes normativas*, tem a ênfase nas ações que configuram o sistema de crenças de um determinado campo. Enquanto a *construção de identidades* representa uma forma de trabalho que visa reivindicar ideais e valores, as *mudanças normativas* refazem as conexões entre as práticas e fundamentos morais e as *redes normativas* legitimam as práticas em padrões de conformidade, monitoramento e avaliação (Lawrence & Suddaby, 2006).

As respectivas dimensões aproximam o status recém-institucionalizado da hierarquia reivindicada ao convocar os ideais de prestígio e qualidade de um determinado campo em que se almeja (*construir identidade*), modificar as práticas em prol do ideal (*mudar normas*), bem como normatizar as mudanças a partir de redes de atores que operam o campo (*redes normativas*). Por fim, o grupo de práticas pautadas na *imitação*, *teorização* e *educação* envolvem ações designadas para alterar categorizações abstratas na qual as fronteiras de significados são modificadas no campo. A *imitação* potencializa a aceitação de novas práticas na associação simbólica com as aceitas, a *teorização* possibilita que os atores articulem relações causais entre as abstrações e os elementos institucionais criados, e a *educação* cumpre um trabalho cognitivo de desenvolver e conectar as práticas com a instituição (Lawrence & Suddaby, 2006). As três últimas dimensões fornecem elementos para estender o status institucionalizado no mercado, seja reproduzindo os padrões de qualidade no mercado (*imitação*), criando termos que associam ao novo status (*teorização*), e oferecendo capacitação para o público possa distinguir e legitimar o status na categoria reordenada (*educação*).

Quadro 1 - Proposta teórica para a análise da reordenação de status

Formas de trabalho Institucional	Descrição das atividades	Indicadores (aplicado ao nosso caso)	Criação ou reordenação de status (aplicado ao nosso caso)
Advocacia	Mobilização política através do uso de técnicas deliberadas de persuasão social.	- lobby por recursos - promover agendas - propor legislações	Gera as condições políticas, materiais, e legais que delimitam as fronteiras e legitimam o status em mercados.
Categorias	Construção de regras que estabelecem fronteiras de adesão entre os membros	- definir regras - padronizar práticas -certificar os produtos	
Contratação	Criação de estruturas que conferem propriedade de direitos	- Recorrer ao estado para realocar direitos - Estabelecer contratos - Criar legislações e normas	
Construção de Identidades	Definição das relações entre atores e o campo no qual operam	- Estabelecer os aspectos culturais e simbólicos almejados	
Mudança de associações	Reformulação das associações normativas entre os conjuntos	- Aproximar de práticas que reforçam os valores morais.	

normativas	de práticas e aspectos morais das práticas	- Distanciar de antigas morais que conflitam com o almejado	Possibilita as condições normativas que aproxima o status institucionalizado da hierarquia reivindicada.
Construção de redes normativas	Construção de relações nas quais as práticas se tornam sancionadas normativamente	- Sancionar as normas a partir da conformidade, monitoramento e avaliação.	
Imitação	Justaposição de novos e velhos modelos para tornar as novas práticas compreensíveis	- Assemelhar elementos de design e culturais que conectam as práticas correntes	Fornecer os elementos para estender o status institucionalizado no mercado.
Teorização	Desenvolvimento de conceitos para o mapa cognitivo	- Criar etimologias que associam a nova instituição	
Educação	Formação de atores em conhecimentos para suportar uma nova instituição.	- Realizar cursos e treinamentos para engajar novas práticas	

Fonte: Elaborado pelos autores.

### 3. Metodologia

No intuito de investigar o trabalho institucional que reordenou o status da cachaça em Minas Gerais, adotou-se uma abordagem qualitativa de pesquisa. O método se justifica por facilitar a leitura do campo de forma contextual, identificando, a partir de elementos narrativos, os fatores que modificaram a percepção da cachaça, ao longo de quatro décadas. O processo de coleta de dados seguiu dois percursos: a pesquisa documental e entrevistas em profundidade. A investigação documental mantém coerência com a própria abordagem institucional, uma vez que recorre à historicidade para a compreensão de eventos nas organizações (Sá-Silva et al., 2009). Foram revisados documentos que trataram das práticas e consequente percepção da cachaça mineira no período de 1982 a 2020. Para o presente artigo, selecionamos 11 fragmentos de matérias de jornais e revistas, 2 excertos em livros técnicos, e 4 elementos de legislações estadual e federal (Tabela 1).

Quanto às entrevistas qualitativas em profundidade, foi escolhida em vista do seu potencial em explorar temas, descrever processos e compreender elementos passados, na interpretação dos sujeitos envolvidos (Duarte & Barros, 2006). As entrevistas, realizada entre 2016 e 2020, contemplaram atores que atuaram e/ou presenciaram as mudanças no campo da cachaça mineira. Foram selecionados: 1 técnico do Instituto de Desenvolvimento de Minas Gerais, 4 membros da Diretoria da Associação Mineira de Produtores de Cachaça de Qualidade [AMPAQ], 2 pesquisadores das universidades federais e 3 produtores regionais de cachaça. No total, foram analisadas 70 páginas de documentos e 10 horas de gravação que foram em seguida transcritas para o software Word 10.

Quadro 2 - Relação de entrevistados e pesquisa documental

Fonte de dados	Atores e instituições	Excertos da pesquisa
Entrevistado 1	Técnico do INDI-MG	5, 18, 22
Entrevistado 2	Pesquisador da Universidade Federal de Ouro Preto	12
Entrevistado 3	Diretor da AMPAQ	3, 13
Entrevistado 4	Diretor da AMPAQ	4
Entrevistado 5	Diretor da AMPAQ	6
Entrevistado 6	Pesquisadora da Universidade Federal de Lavras	2
Entrevistado 7	Produtor de cachaça	14
Entrevistado 8	Produtor de cachaça	7
Entrevistado 9	Produtor de cachaça	11, 15
Entrevistado 10	Diretor da AMPAQ	21
Entrevistado 11	Produtor de cachaça	26
Pesquisa em legislação	Legislação Estadual e Federal	10, 16
Pesquisa em livros	Livro técnico do SEBRAE	9
Matérias na Mídia	Plataformas online de jornais e revistas	1,8, 17, 19, 20, 23, 24, 25, 27, 28

Fonte: Elaborado pelos autores.

Para o tratamento dos dados recorreu-se as quatro etapas do método de análise de temática proposto por Braun e Clarke (2006), que visa entender os significados transmitidos pelas mensagens implícitos no conteúdo das narrativas. Na primeira etapa foi realizada a leitura do banco de dados pelos métodos documentais e de entrevistas, para entender o ambiente da pesquisa e reunir descrições do contexto institucional, ao longo dos anos de 1980 a 2020. Na etapa dois buscou-se compreender os condicionantes que levaram a percepção de baixo status da cachaça mineira, até a década de 1980. Os resultados revelaram elementos históricos, culturais e simbólicos herdados, que foram ilustrados nos excertos 1 a 4 da pesquisa. Na etapa três, os estudos do Trabalho Institucional de Lawrence e Suddaby (2006), guiaram as categorias referentes aos processos de mudança de status. Buscou-se as incidências de respostas às demandas, resultando em um conjunto de práticas institucionais reunidos em nove dimensões (Tabela 1), e apresentando suas práticas nos fragmentos 5 a 22 dos resultados.

Por fim, na etapa quatro, o cruzamento dos dados empíricos com a teoria possibilitou apontar, nos excertos 23 a 28, as mudanças que corroboraram o novo status da cachaça mineira. Para a apresentação dos resultados, buscou-se incorporá-los de tal maneira a ilustrar a narrativa da pesquisa nas consequentes mudanças cronológicas da reordenação do status. Trata-se apenas de um recurso didáticos, uma vez que compreendamos que as formas de trabalho institucional se imbricaram ao longo das quatro décadas.

#### **4. Apresentação dos Resultados**

##### **4.1 A herança de baixo status social da cachaça mineira**

Na Prússia, em pleno século XIX, o ministro Joaquim Maria do Amaral, durante reunião com Bismarck, foi interpelado: “qual a bebida que tem no Brasil?” Pego de surpresa, responde prontamente “Bebe-se cerveja, vinho, conhaque”, ao que o primeiro-ministro, não satisfeito, retruca, “Bom, mas tudo isso é bebida internacional, e a bebida própria do Brasil?”. “Não tem”, reage o outro. Diante da atitude de incredulidade do prussiano acaba por revelar com relutância, “Bom”... tem uma bebida que só os escravos é que tomam, os negros é que tomam (Figueiredo, 2017).

O fragmento ilustra o preconceito da cachaça que a acompanhou na história do Brasil, desde 1530, com a implantação da cultura da cana de açúcar pelos colonizadores portugueses. Oriunda de um subproduto dos engenhos de açúcar foi produzida e consumida pelos escravos, e posteriormente pelas camadas populares da sociedade. Em Minas Gerais, a bebida chegou com a descoberta do ouro no século XVII, que se abriu para um mercado interno ávido. A cachaça era utilizada como reforço à alimentação dos escravos, porém o costume logo causou apreensão por parte da coroa portuguesa, gerando a proibição. A coroa entendia que o consumo atrapalhava o desenvolvimento do trabalho nas minas de ouro, prejudicando a retirada do minério (Silva, 2009; Daniel, 2016).

Com o ciclo do café, do século XIX até a década de 1930, a cachaça começou a sofrer uma baixa em sua importância econômica, passando a ser discriminada novamente, uma vez que os membros das elites locais buscavam formas de se identificarem com os aspectos culturais predominantes da época. A tentativa de adotar costumes europeus em detrimento dos brasileiros reafirmou a cachaça vista como uma bebida de baixo status, frente ao que era trazido da Europa (Dias, 2014; Daniel, 2016). Até a década de 1980, a imagem da cachaça no Brasil e em especial em Minas Gerais era intitulada pela qualidade inferior e barata frente às demais, conforme se observa nos fragmentos empíricos da pesquisa.

Quadro 3 - Baixo status da cachaça na década de 1980

<b>Fragmento</b>	<b>Evidências empíricas</b>
1 (Artigos em arquivo, Cana brasil, 2020). <i>Quando iniciamos os trabalhos pelo INDI, no início da década de 1980, vários problemas foram identificados, merecendo destaque o baixo nível tecnológico das fábricas artesanais e a falta de uma estrutura comercial. A</i>	

*cachaça produzida, principalmente em pequenos alambiques, em termos econômicos, não apresentava condições de competitividade com as aguardentes industrializadas. A preferência da grande maioria dos consumidores se baseava no preço da cachaça, não importando com a qualidade.*

---

2 (Entrevista Pessoal, 2020)

*Até a década de 1990, 2000, existia o preconceito inclusive com o estudo da cachaça enquanto objeto de estudo. Eu diria que se tratava de um estigma. A cachaça sempre foi associada a uma coisa marginal, de pessoas de baixo poder aquisitivo.*

---

3 (Entrevista Pessoal, Morais, 2019)

*Vou dar uma opinião pra você, há anos atrás o presidente da Expominas, ele comentava o seguinte: chegava uma pessoa de terno lá no Expocachaça, e aí ele ia tomar uma cachaça e a esposa dele segurava no braço do cara e falava: "não, você não vai tomar cachaça não. Beber cachaça depõe conta a sua imagem!".*

---

4 (Entrevista Pessoal, 2020)

*Há 30 anos, eu era, eu cheguei a ser comercial de um projeto da AMPAQ, você só via nas prateleiras a cachaça 51, nos bares 51, as mesas era 51, o cara pintava no muro do bar dele com a 51.*

---

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os excertos ilustram que o status da cachaça era ordenado dentro de um sistema de posições legitimadas (Piazza & Castellucci, 2014; Delmestri & Greenwood, 2016), que a colocava um atributo de baixo prestígio social, em virtude das características expressas nas avaliações coletivas (Podolny, 1993; Rossoni & Guarido Filho, 2015; Maciel & Chaves, 2017). O seu preço popular não era uma virtude de acessibilidade a todas as classes, mas de sinônimo de inferioridade, uma vez que o conjunto de valores advindos da crença de que tudo que é barato é ruim, conforme expressam Silva e Mello (2010), reforçavam o status inferior do produto mineiro no mercado.

As baixas tecnologias do setor, somada a falta de uma estrutura comercial, comprometiam a qualidade da bebida. Mesmo com a existência de algumas cachaças de qualidade naquela época, o mercado era dominado pelas cachaças industriais (A famosa marca 51) de baixo custo de produção, o que legitimava o status inferior das cachaças no Brasil, colocando-a nas últimas posições de status dentro de um sistema social horizontal de mercado (Jensen et al., 2011), ao comparar com outros destilados (uísque, vodca, gin). No intuito de reverter o cenário, o Instituto de Desenvolvimento Industrial de Minas Gerais [INDI], órgão responsável pela industrialização do Estado, desenvolveu um Programa de Valorização da Cachaça no Estado, que deu início as práticas que alteraram o prestígio social da bebida.

#### **4.2 O trabalho institucional de Advocacia, categoria e contratação**

A origem do trabalho para reordenar o status da cachaça iniciou em 1982, quando o INDI elaborou um estudo setorial intitulado “Aguardente em Minas Gerais”. A pesquisa indicou um perfil de consumidores que se diferenciavam daqueles historicamente marginalizados. Os potenciais consumidores, de maior renda, poderiam reconhecer a cachaça produzida “artesanalmente” como um destilado de maior qualidade comparado à cachaça industrial (Coutinho, 2001; Silva, 2009). De posse destas informações, técnicos do INDI passaram a desenvolver um conjunto de práticas políticas no que Lawrence e Suddaby (2006), Lawrence et al. (2009) ilustram como o trabalho que reconstrói regras, propriedades de direitos e fronteiras que definem o acesso aos recursos materiais. Para facilitar a apresentação dos principais fatores que fomentaram as bases para a mudança de Status, a Tabela 4 destaca algumas evidências empíricas obtidas neste estudo.

Quadro 4 - Construção política para a mudança de status

---

Fonte de dados	Advocacia	Evidências empíricas
----------------	-----------	----------------------

---

5 (Artigos em arquivo, Cachaciê, 2017)

*Eu fiz o estudo de viabilidade, constatei que um novo modelo produtivo era economicamente viável, lucrativo e se pagava em pouco tempo. Comecei então a conversar com jovens empreendedores estimulando-os a apostar neste negócio. Os fazendeiros enxergaram a oportunidade de ganho em se tornarem produtores de cachaça.*

6 (Entrevista Pessoal, Moraes, 2019)

*Na época fui procurado por um funcionário de alguma entidade do governo de Minas, que fazia um trabalho em conjunto com o Banco de Minas Gerais. Segundo ele, o Governo estava desenvolvendo esforços para enfrentar a informalidade, trazer os alambiques para o mundo formal, como forma de controle de qualidade, desenvolvimento de políticas de incentivo [...] e, é claro, com tudo isto aumentar a arrecadação do Estado.*

Fonte de dados	Categorias	Evidências empíricas
----------------	------------	----------------------

7 (Entrevista Pessoal, Souza, 2018)

*AMPAQ direcionou os produtores na época para a legalização e para a melhoria da qualidade da cachaça, então ela passou a exigir que você tenha um selo de qualidade na fabricação que no nosso caso aqui é o selo da AMPAQ, que é a certificação mais antiga do Brasil, que é de 1990, que ela exigia alambique de cobre né?*

8 (Artigos em arquivo, Santos, 2005)

*Minas Gerais é o único estado capaz de fornecer o certificado de segunda linha, concedido por representantes do setor, no caso a Associação Mineira de Produtores de Cachaça de Qualidade (AMPAQ). Em 12 anos, a entidade conferiu o selo de qualidade a 55 marcas de seus 130 produtores filiados, entre 8,5 mil alambiques.*

Fonte de dados	Contratação	Evidências empíricas
----------------	-------------	----------------------

9 (Artigos em arquivo, SEBRAE, 2005)

*Em 1992, a AMPAQ estreitou os laços com o governo do estado de Minas Gerais e juntos articularam a criação do Programa Mineiro de Incentivo à Produção de Cachaça (PRÓ-CACHAÇA). Em 4 de agosto de 1992, foi aprovado por unanimidade na Assembleia Legislativa.*

10 (Legislação, Lei nº 13.949, de 11 de julho de 2001)

*A Lei nº 13.949, de 11 de julho de 2001, estabelece o padrão de identidade e as características do processo de elaboração da Cachaça de Minas e dá outras providências. [...] A Cachaça de Minas é bebida oficial do Governo do Estado e será servida em festas, recepções e eventos oficiais em que se ofereçam bebidas alcóolicas.*

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os excertos ilustram um trabalho de *advocacia* ao proverem agendas com empresários, que viam na cachaça artesanal o potencial de mercado para um novo tipo de produto. Somado a isto é possível registrar a articulação por *lobby*, em 1983, quando mobilizaram o banco Estatal BDMG, no financiamento de projetos de unidades produtoras de aguardente. Os recursos possibilitaram que entre 1983 e 1997, fossem assessorados 200 empresários, efetivando a implantação de 100 alambiques, dentro de uma moderna concepção tecnológica. Outro aspecto relevante, e que definiu o trabalho de *categoria* foi a criação em 1988, da Associação Mineira dos Produtores de Aguardente de Qualidade. O simbolismo na etimologia aguardente de qualidade da instituição ilustra uma fronteira cognitiva que buscava distanciar do baixo prestígio, elaborando assim os limites de hierarquias dentro do campo (Lawrence & Suddaby, 2006). Para mediar a qualidade reivindicada, em 1989, a AMPAQ e o INDI desenvolveram os padrões de qualidade da aguardente. Isto resultou no Certificado de Conformidade e o Selo da Qualidade para as cachaças mineiras filiadas, e mais a frente, em 2005, na participação do Instituto Mineiro de Agricultura [IMA] nas certificações.

No âmbito do trabalho institucional de *contratação*, merece destaque a construção de políticas públicas a partir da elaboração da Lei Estadual nº 10.853 do Pró-Cachaça, de 1992. Por meio de uma aproximação da ANPAQ com o Estado de Minas Gerais, foi a primeira iniciativa estatal, em formato de lei, para a valorização do produto mineiro, através da modernização da estrutura dos alambiques. Nos anos seguintes, garantiu-se a Lei nº 13.949 de julho de 2001, que estabelecia o padrão de identidade e as características do processo e elaboração da “Cachaça de Minas” e a Lei nº 16.688/2007 de 11/01/2007, no que Silva (2009)

e Paiva (2017) concordam como interesses dos atores em normatizar a cachaça como um produto típico regional.

É possível também notar que ao moldarem as estruturas sociais a partir de normas (legislações), interferiram nas práticas dos atores envolvidos no ramo da cachaça, uma vez que os produtores tiveram que se alinhar às novas formas de padronização e produção da cachaça em alambique. Este fenômeno demonstra como as práticas podem conferir propriedades de direitos e dar legitimidade para os atores no campo (Lawrence & Suddaby, 2006), expressa na tensão entre a agência e estrutura no trabalho institucional (Lawrence et al., 2011). No caso mineiro, geraram as condições políticas e materiais para a consequente reivindicação simbólica e cultural de um status superior, vista a seguir.

#### 4.3 O trabalho de Identidade, Mudança e construção de redes normativas

A construção normativa da cachaça para uma bebida de alto prestígio social perpassou o que Lawrence e Suddaby (2006), Lawrence et al. (2009) definem de mudança no sistema de crenças do campo. Enquanto a concepção herdada estava associada ao baixo valor de mercado e produzida em larga escala, o objetivo foi inverter a lógica, a partir da ênfase na qualidade do produto, modificando o seu processo produtivo. Para consolidar a mudança estratégica de mercado, os aspectos simbólicos e culturais do consumo da cachaça foram ressignificados, conforme se observa nos fragmentos empíricos da pesquisa.

Quadro 5 - Construção normativa para a mudança de status

Fonte de dados	Construção de Identidades	Evidências empíricas
11 (Entrevista Pessoal, Souza, 2018).		
		<i>O brasileiro aprendeu a beber cachaça num copinho, jogar na boca e pra ele a 'boa' ela tinha que descer rasgando igual a um gato, e isso não existe gente. A cachaça pra você beber, ela tem que te fazer bem, você tem que sentir o sabor dela, são pequenos goles, [...] mas o certo é você tomar 50 ml de cachaça em 15 min!</i>
12 (Entrevista Pessoal, 2020)		
		<i>E tem um negócio que eu trabalhei um ano inteiro... Essa história de que cachaça era pra homem, tinha que ser macho, né? Isso é um defeito da fermentação, da destilação, o cara nem sabe disso, mas para justificar o seu produto falava que cachaça tinha que descer queimando, já que era coisa de homem.</i>
Fonte de dados	Mudanças de Associações Normativas	Evidências empíricas
13 (Entrevista Pessoal, Sundermann, 2018)		
		<i>Tem que cuidar da qualidade do seu produto... Qualidade da moagem, higiene, higiene na fermentação... Antigamente, o conceito de alambique era de coisa suja, mal cuidada, muita fumaça, tudo escuro, você vai entrar ali e você vê que é um pouquinho diferente entendeu?</i>
14 (Entrevista Pessoal, Souza, 2018)		
		<i>Nós usamos aqui três variedades de cana, 18/16; 75/15; 32/80; essa 75/15 foi até desenvolvida pela UFV, hoje o que a gente mais tem aqui é a 32/80, é a que mais deu certo pra nos aqui... Cana muito produtiva. [...] vai fazer agora 19 anos que a gente não queima a cana, a gente só trabalha com cana crua, quando você queima a cana você mata os micros organismos que são benéficos na cana, os indesejáveis não morrem...</i>
Fonte de dados	Construção de Redes Normativas	Evidências empíricas
15 (Entrevista Pessoal, Souza, 2018)		
		<i>Nós criamos aqui em Minas Gerais, a rede de tecnologia da cachaça, a sede era na ANPAQ, mas chama centro de ciência e tecnologia quem governava era o Estado tinha: UFLA, UFV, UFMG. Esse conhecimento técnico é fundamental, ajudou a gente demais.</i>
16 (Legislação, Decreto nº 2.314 de 1997)		
		<i>O Decreto nº 2.314 de 1997, instituiu-se que: Art. 53. Cachaça é a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, com graduação alcoólica de trinta e oito a quarenta e oito por cento em volume, a vinte graus Celsius, obtida pela destilação do mosto fermentado do caldo de cana-de-açúcar com características sensoriais peculiares, podendo ser adicionada de açúcares até seis gramas por litro.</i>

---

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os excertos 11 e 12 indicam que o trabalho de *construção de identidades* realizou uma mudança simbólica no consumo da bebida, rompendo com a concepção de se “virar a cachaça na boca”, sem degustar ou ter que aguentar a acidez que “queimava” a garganta ao beber. O movimento cultural da cachaça de qualidade reivindicou a degustação, em pequenos goles, para sentir o sabor da bebida. A criação identitária reforçou também um discurso do consumo controlado, afastando, simultaneamente, do rótulo de consumidores de bares simples, que traziam um preconceito na imagem do uso excessivo de álcool. O simbolismo de “degustar” a bebida remete ao beber com sabedoria, enaltecendo o hábito do consumo da cachaça. Reivindica-se assim, o que Souza (2018) define de ‘gastronomização’ do consumo das bebidas de alto status, referindo à estetização, valorização do sabor e do prazer ao consumi-las, na ação de prazer e sociabilidade. Estabelecida a dimensão identitária, as *mudanças normativas* ocorreram a partir das melhorias dos processos tecnológicos e da produção. Antes produzida em alambiques sujos, com pouco cuidado, modificou-se para a adoção de um conjunto de boas práticas. Nesse sentido é possível notar mais uma vez o que Lawrence et al. (2011) definem de influência da instituição na agência. A partir dos manuais de boas práticas, das normas estabelecidas pela legislação, das contribuições científicas da academia, os atores mudaram suas práticas, a exemplo de não mais queimar a cana, já que “matavam os micro-organismos” benéficos à qualidade da bebida.

Simultaneamente, as mudanças tecnológicas favoreceram o distanciamento de antigas práticas, as cachaçarias industriais de colunas, que além de produzir uma bebida de baixa qualidade, concorriam diretamente com os alambiques mineiros. Para legitimar as alterações associativas, o Decreto nº 2.314 de 1997, representou o trabalho de *construção de redes normativas*, delimitando a conformidade das bebidas oriundas da cana-de-açúcar, cujas especificidades da cachaça envolveu o menor teor alcoólico, produzida unicamente do mosto da cana e limitando a adição de sacarose. No âmbito Estadual, o projeto de lei nº 923/2000, estabeleceu ainda as especificidades da cachaça artesanal, afastando das práticas das cachaçarias de coluna, ao vetarem o uso de aditivos químicos, comumente usados neste modelo de produção industrial. Do ponto de vista simbólico, as mudanças normativas implicaram no início da reordenação do status, originariamente institucionalizado nas camadas populares. Reelaborada para atender as classes abastadas, agregou-se valor, separando legalmente a cachaça das antigas formas de produção. Etimologicamente, criou-se uma dicotomia a qual segundo Silva (2015) deixou o estigma da “pinga” para todas as formas de produção que não mais se associam ao rótulo de “cachaça”, e a esta um produto diferenciado, desejo de consumidores sofisticados.

#### **4.4 O trabalho institucional de Imitação, teorização e educação**

A institucionalização da cachaça mineira enquanto uma bebida de prestígio na percepção dos consumidores perpassou o que Lawrence e Suddaby (2006), Lawrence et al. (2009) definiram como práticas que fornecem os elementos para expandir e legitimar a instituição criada. Destas, os trabalhos de justaposição de antigas e novas práticas, o desenvolvimento de conceitos para ampliar o mapa cognitivo do campo e a formação de habilidades para suportar a nova instituição (o status elevado da cachaça mineira), foram destacados nas seguintes evidências empíricas.

Quadro 6 - Construção técnica para a mudança de status

---

Fonte de dados	Imitação	Evidências empíricas
17 (Artigos em arquivo, Fiuza, 2013)		
<i>Para Caetano Pinto, com o passar dos anos esse cuidado no preparo da bebida justificou a fama da pinga mineira. Segundo o produtor, o mercado está em crescimento e, para atender à demanda, seu alambique</i>		

---

*desenvolveu o que chama de “artesanal otimizado”. É a tecnologia aplicada a um produto tradicionalmente feito de maneira rústica. Investimos em qualidade e higiene, sem alterar o conceito de produção artesanal.*

---

18 (Artigos em arquivo, Cachaciê, 2017)

*Sabará era perto de Belo Horizonte, uma cidade histórica; nós queríamos ligar a cachaça a uma cidade histórica. Por outro lado, os eventos em Sabará eram concorridos. Este evento feito pela AMPAQ durante alguns anos foi um sucesso, tanto que a estrada ficava congestionada. Anos depois a ideia de feira de cachaça foi resgatada, reformulada e hoje, virou a maior feira de cachaça do mundo, a Expocachaça.*

---

Fonte de dados	Teorização	Evidências empíricas
----------------	------------	----------------------

---

19 (Artigos em arquivo, Dias, 2019)

*A bebida brasileira deu um grande salto de qualidade nas últimas décadas e se equipara aos melhores destilados no mundo. Na evolução técnica da produção da aguardente surgiu um profissional especializado na bebida: o masterblender - quem sabe exatamente as proporções certas das misturas e armazenamento correto da cachaça de excelente qualidade. Um dos mais premiados no mundo inteiro, Armando del Bianco, o "Mago da Cachaça", visitou experimentos com análise de qualidade de cachaça na Universidade Federal de Lavras.*

---

20 (Artigos em arquivo, Dumont, 2017)

*Cachaciere, um dos maiores degustadores da bebida do país, Mauricio Maia diz que só há três motivos para quem considera impossível gostar do destilado de cana. “Por puro preconceito, por desconhecimento ou por experiência anterior ruim com um rótulo de baixa qualidade”.*

---

Fonte de dados	Educação	Evidências empíricas
----------------	----------	----------------------

---

21 (Entrevista Pessoal, Moraes 2019)

*[...] a gente trabalha com esse curso (mestre alambiqueiro), com formadores de opinião. Então a gente faz um treinamento com eles, para passarem esse conceito para os consumidores... Porque essas confrarias eles fazem eventos em bares, então quando você vai num eventos e esses caras estão lá e se nesses bares tiver cachaça informal, com certeza eles vão falar "o fulano, isso aí e tal, nós temos aqui esses produtos e eles podem ter isso, podem ter aquilo" e acaba que o confrade ensina o dono do bar...*

---

22 (Artigos em arquivo, Cachaciê, 2017)

*Cachaciê: Qual o papel da mídia no processo de desenvolvimento da cachaça? Técnico do INDI: Fundamental. A mídia apoiou integralmente, havia um espírito de nacionalidade, tudo que era feito virava notícia positiva.*

---

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os fragmentos indicam que o trabalho de *imitação* foi representado pela manutenção de um discurso de velhas práticas, mantidas pela fabricação artesanal da cachaça em alambiques, mas introduzidas em modernos modelos, como os melhoramentos tecnológicos e as formas de comercialização, através de festivais e eventos gastronômicos. As frases do excerto 17, “artesanal otimizado”, representa claramente a justaposição de novas práticas de produção (qualidade e higiene), sem perder a sua tradição mineira, ou seja, a produção artesanal. Esse fenômeno também veio acompanhado de elementos de design, como as embalagens das cachaças, que reproduziam a tradição das garrafas no formato de cerveja, mas inovaram nos rótulos.

O recente estudo de Souza (2018) acerca do design de cachaças mineiras nas últimas décadas, parece corroborar as evidências. Em sua análise, constatou que as embalagens resgatavam um valor de rústico, ao reproduzir desenhos de fazendas em tons neutros, de campos com plantações de cana, inspirando as tradições mineiras regionais. Ao mesmo tempo, recorriam aos artefatos modernos do uso de selos que indicam o tempo de envelhecimento da bebida, dos prêmios obtidos em competições mundiais, envoltas com caixas de maneira que as acompanhavam, lembrando as de uísque, de alto valor agregado. Na mesma lógica, o trabalho institucional de *teorização* é marcado pela emergência de etimologias para o campo, como o *masterblender*, o *cachaciere*, o mestre alambiqueiro. Esses profissionais cumprem uma dupla tarefa em estender o status de alto prestígio no mercado. A

primeira é a própria definição da nova profissão, que associa a recente função (especialistas em cachaças de qualidade) a uma nova instituição (a cachaça que qualidade), que exige especialistas para definir tecnicamente suas particularidades. As nomeações dos conceitos e suas práticas, fortalecem, assim, o que Lawrence e Suddaby (2006), Lawrence et al. (2009), conceituam do desenvolvimento de categorias abstratas para o mapa cognitivo do campo.

A segunda tarefa destes profissionais é a dimensão institucional da *educação*. Conjuntamente com outros atores do campo, como os pesquisadores das universidades mineiras, cumprem a função de formação de opinião, interferindo nas práticas de produção e na comercialização das cachaças rotuladas de qualidade, ofertada no mercado. Não menos relevante, é o papel formativo da mídia nas mudanças dos hábitos e comportamentos dos consumidores. Além de informar e manter os consumidores atualizados das mudanças decorrentes da produção da cachaça, a mídia também interferiu no campo, fornecendo conhecimentos necessários para suportar a nova instituição (Lawrence & Suddaby, 2006). Isto ficou evidente no fragmento 22, na qual um dos atores na mudança do status da cachaça indicou que toda notícia da cachaça virava assunto positivo, desassociando, assim, os antigos preconceitos e estigmas que a perpassavam a cachaça mineira por séculos.

#### **4.5 Os resultados do trabalho institucional na reordenação do Status da cachaça**

Diferente da literatura do empreendedorismo institucional que tende a intensificar o papel de um único ator na criação ou transformação de instituições (Lawrence et al., 2009; Lawrence et al., 2013), os elementos empíricos deste estudo indicam para a forma de trabalho institucional que perpassou uma coletividade de atores de campos heterodoxos. Da mesma forma, é importante sublinhar que enquanto o papel da agência foi relevante para alternar as normas e regras do campo, as estruturas moldaram às práticas dos atores, em especial os produtores de cachaça, modificando as formas de produzir. O êxito dessa relação entre agência-estrutura alterou o público e o preço de mercado, legitimando a imagem de status superior no mercado, conforme se consta nos fragmentos empíricos.

#### **Quadro 7 - Resultados da reordenação de status**

<b>Fragmento</b>	<b>Evidências empíricas</b>
23 (Artigos em arquivo, Menezes, 2014)	<i>Cachaça mineira é escolhida a melhor do Brasil. Confira o ranking! Litro da bebida chega a custar R\$ 500.</i>
24 (Artigos em arquivo, AMPAQ, 2014)	<i>É Campeã! Se na Copa o Brasil decepcionou, no Spirits Selection em Santa Catarina a Cachaça Brasileira dá de goleada e fatura 59 medalhas. Mineira é destaque em qualidade.</i>
25 (Artigos em arquivo, Folha Campinas, 2003)	<i>Clube da Cabocla vai reunir apenas apreciadoras da bebida e será inaugurada na quarta-feira na cidade: "A cachaça é uma bebida muito versátil. Além das mulheres começarem a apreciar a bebida, é preciso um direcionamento das produções para esse público, que acaba elitizando a cultura da bebida", disse a produtora de cachaça e fundadora da Associação Brasileira das Mulheres da Cachaça, do Estado de Minas Gerais.</i>
26 (Entrevista Pessoal, Paiva, 2017)	<i>Cachaça no passado era um produto de classe C e D. Hoje não, hoje você tem o consumidor de alto nível financeiro. [...] O cara chega aqui e compra 500, compra 1000 reais de cachaça pra dar de presente, pra tomar. A gente tem esse tipo de cliente, assim como tem o cara do vinho, o cara do uísque que paga não sei quantos lá numa garrafa de uísque, da cachaça também tem, certo?</i>
27 (Artigos em arquivo, Macedo, 2014)	<i>Cachaça ganha status de bebida para ser degustada: Durante séculos, ela foi desprezada, principalmente quando comparada a outros destilados com status de bebida nacional, como o uísque dos escoceses, a vodca dos russos e até a tequila dos mexicanos. Agora, a brasileiríssima cachaça começa a expandir seus domínios, ultrapassando os balcões dos botecos e revelando-se um produto com ótimo potencial para exportação.</i>

28 (Artigos em arquivo, Minas Lovers, 2019)

*Por que as cachaças mineiras são diferentes? A qualidade da cachaça produzida em Minas Gerais foi posta à prova e venceu mais um desafio: a Cúpula da Cachaça elegeu, em um teste cego, as 50 melhores cachaças do Brasil. Entre elas estão 30 rótulos mineiros. O que pode explicar o sucesso da cachaça mineira?*

---

Fonte: Elaborado pelos autores.

Observa-se nos excertos 23 e 24 que sublinham as posições diferenciadas da cachaça mineira, a partir de determinados rankings, nos títulos em torneios internacionais como o *spirits selections* (mais conceituado concurso internacional de destilados), nos números de rótulos entre as melhores do país. Neste processo de valorização da bebida, o preço de mercado tornou-se outro legitimador da nova imagem percebida, ao enfatizar que o litro é comercializado a R\$ 500,00, R\$ 1.000,00. Compara-se ainda, a similaridade do preço com outras bebidas de prestígio, a exemplo dos vinhos, o uísque, a vodca e a tequila. As modificações na percepção da cachaça também foram corroboradas pela renovação do público alvo, ampliando o consumo para mulheres, de elevado poder aquisitivo. Elitizou-se a cultura da bebida, ilustrando como as práticas adotadas por diversos atores no campo, definiram a criação de uma instituição, o seu status superior no mercado nacional. As evidências empíricas permitem associar a reordenação de status da cachaça dentro de um sistema social vertical e horizontal, conforme aponta a teoria de Jensen et al. (2011). Verticalmente a cachaça mineira obteve os primeiros postos entre as outras regiões, situando-a como especial; e horizontalmente a bebida passou a ser comparada com outras categorias, no ramo bebidas alcoólicas (uísque, vodca, tequila), mas de status elevado.

Merece ainda destacar a questão do fragmento 28, “Por que as cachaças mineiras são diferentes?”. Ao longo do trabalho, foi possível notar que as práticas institucionais buscaram modificar a qualidade da bebida, sendo esta, mais a frente, o determinante para a sua fama, em relação às demais cachaças. Logo, isto reforça a definição do status de mercado, a partir da qualidade percebida e ranqueada entre as posições (Podolny, 1993; Jensen et al., 2011; Rossoni & Guarido Filho, 2015; Maciel & Chaves, 2017), o que corrobora para a confirmação mudança de status da cachaça mineira.

## **5. Considerações Finais**

No intuito de compreender a reordenação do status da cachaça em Minas Gerais, o presente estudo lançou mão da teoria do Trabalho institucional. Por meio de uma investigação qualitativa ao longo de quatro décadas, observou-se que até 1980, a cachaça herdava uma estrutura social de produção e comercialização frágeis, que dificultam a sua inserção em um status elevado de mercado. A partir da articulação de um grupo heterogêneo de atores foi possível registrar como a dinâmica do status foi mudando ao longo do tempo. As práticas exercidas requereram dos atores não apenas esforços pessoais nas rotinas do campo, mas o envolvimento em ações mais amplas, como mudanças nos níveis políticos e culturais.

Dentre os principais achados ressalta-se a articulação para a entrada de novos empresários, o financiamento via recursos públicos para as unidades produtivas, a criação de uma Associação de Produtores, a elaboração de certificados de qualidade e a construção de políticas públicas. Esse conjunto de práticas institucionais ofereceram condições políticas, materiais e legais para construir as fronteiras do novo status no campo. Observou também um segundo grupo de práticas institucionais, que reconfiguraram os sistemas de crenças. Ao convocar ideais de prestígio nas formas de degustação e consumo da bebida, ao ampliar as melhorias tecnológicas e normatizar o conceito de cachaça de alambique, o trabalho institucional aproximou-a do status de superioridade reivindicado. Destaca-se ainda o trabalho na fusão de tradicionais e modernas formas de design, fabricação e comercialização da bebida; na criação de profissões (*cachacier*, mestre cervejeiro, masterblender), que fortaleceram o mapa cognitivo do campo; bem como na capacitação dos produtores e consumidores para suportar a nova instituição. As respectivas práticas legitimaram o novo

status da bebida mineira nas conquistas em concursos globais, na sua fama nacional e internacional, nos preços elevados e na capacidade de concorrer horizontalmente com destilados de outras categorias, historicamente prestigiada.

Feitas as elucidações do objetivo proposto, enfatizamos que o presente estudo contribuiu com uma lacuna na literatura, ao fornecer um suporte teórico que se mostrou capaz de explicar em uma perspectiva da teoria da prática, como as dinâmicas de status podem ocorrer e se modificar. Ainda do ponto de vista teórico, ressaltamos que mesmo com o avanço do trabalho institucional na literatura, os estudos desenvolvidos no Brasil são escassos, o que indica um esforço em demonstrar as suas potencialidades para o campo institucional. Por fim, sublinhamos as relevâncias dos achados empíricos para a teoria do status de mercado e trabalho institucional. O campo da cachaça de alambique em Minas Gerais representa um contexto organizacional situado em nível macro organizacional, uma vez que se trata de uma cadeia produtiva e centenária. Logo, explorar empiricamente a dimensão do status no respectivo contexto, fornece subsídios para os estudos que tratam do status em nível amplo e que necessita de olhares sociológicos para a sua compreensão.

Da mesma forma, o trabalho institucional enquanto uma teoria recente, demanda por investigações que deem conta das práticas organizacionais em sua perspectiva plural. A rede mineira formada por técnicos do governo, agências financiadoras, associação de produtores, pesquisadores, empresários, a mídia, ilustram, assim, uma contribuição às lacunas encontradas na revisão integrativa de Hampel et al. (2017), ao apontarem para a necessidade de formas de trabalho institucional que abarcam a ação de atores de campos organizacionais heterodoxos.

#### **Referências**

- Amarante, J., & Crubellate, J. (2020). Institutional Pressures, Institutional Work and the Development of Universities Entrepreneurial Turn. *Revista Administração Contemporânea*, 24(2), 119-133.
- Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade. *Cachaça com notícias*, 8(35), 2014.
- Bothner, M., et al. (2012). How does status affect performance? Status as an asset vs. status as a liability in the PGA and NASCAR. *Organization Science*, 23, 416-433.
- Brankovic, J. (2018). The status games they play: unpacking the dynamics of organisational status competition in higher education. *Higher Education*, 75(4), 695-709.
- Minas Lovers. (2019, Dezembro, 11). *Por que as cachaças mineiras são tão diferentes?*
- Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento. (2019). *A cachaça no Brasil*. Dados de Registro de cachaças e aguardentes. Brasília: MAPA/AECE.
- Byrne, A., & Barling, J. (2017). When She Brings Home the Job Status: Wives' Job Status, Status Leakage, and Marital Instability. *Organization Science*, 28(2), 1137-1148.
- Cachaciê. (2017, Maio, 31). *Idealismo, trabalho duro e visão empreendedora*.
- Cana Brasil. (2020, Fevereiro, 19). *Interpretação do avanço Mineiro da cachaça artesanal de alambique*. Blog da Cachaça.
- Delmestri, G., & Greenwood, R. (2016) How Cinderella Became a Queen: Theorizing Radical Status Change. *Administrative Science Quarterly*, 61(4), 507-550.
- Delphine, G. (2017). From écobilan to LCA: The elite's institutional work in the creation of an management accounting tool. *Critical Perspectives on Accounting*, 42, 36-58.
- Dias, P. (2019, Fevereiro, 27). *"Mago da cachaça" visita experimento da UFLA*. Bebidas, Notícias da UFLA.
- Dumont, P. (2017, Junho, 11). *Brasilidade em cada dose: democrática, cachaça vai bem pura, gelada ou drinks*. Hoje em Dia.
- Duarte, J., & Barros, A. (2006). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas.

- Durand R., & Kremp, P. (2016). Classical Deviation: Organizational and Individual Status as Antecedents of Conformity. *Academy of management Journal*, 59(1), 65-89.
- Durand, R., & Paoletta, L. (2013). Category stretching: Reorienting research on categories in strategy, entrepreneurship, and organization theory. *Journal of Management Studies*, 50, 1100-1123.
- Durand, R., et al. (2007). Code and conduct in French cuisine: impact of code changes on external evaluations. *Strategic Management Journal*, 28(5), 455-72.
- Dwertmann, D., & Boehm, S. (2015). Status matters: the asymmetric effects of supervisor subordinate disability incongruence and climate for inclusion. *Academy of Management Journal*, 59(1), 44-64.
- Figueiredo, L. (2017). A linguagem da embriaguez: cachaça e álcool no vocabulário político das rebeliões na América portuguesa. *Revista de História*, 176, 1-25.
- Fiuza, M. (2013, Fevereiro, 06). *Conheça a pinga mineira*. Brasília Encontro, Gastrô. Folha Campinas. (2003, Novembro, 09). *Mulheres criam confraria em Campinas*.
- Gould, N., et al. (2016). Opportunities and opportunism with high-status B2B partners in emerging economies. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 31(5), 1143-1178.
- Gondim, S., et al. (2009). Status profissional e gênero na atribuição intercultural de afetos no trabalho. *Revista de Administração Mackenzie*, 10(4), 75-99.
- Hamann, R., & Bertels, S. (2018). The institutional work of exploitation: Employers' work to create and perpetuate inequality. *Journal of Management Studies*, 55, 394-423.
- Hampel, C., et al. (2017). Institutional Work: Taking Stock and Making it Matter. In R. Greenwood, R., (Eds.), *Handbook of organizational institutionalism*, (pp. 558-590). London: SAGE.
- Hoffman, A. (1999). Institutional evolution and change: environmentalism and the US chemical industry. *Academy of Management Journal*, 42(4), 351-371.
- Jensen, M., et al. (2011). The importance of status in markets: A market identity perspective. In L. Pearce (ed.), *Status in Management and Organizations*, (pp.87-117). Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Kim, B., & Jensen, M. (2009). It's not just what you have, but how you present it: How subcategorization affects opera market identity. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*, 1, 1-6.
- Lawrence, T., & Suddaby, R. (2006). Institutions and institutional work In S. Clegg., et al. *Handbook of organization studies*, (2 ed, pp. 215-254). Sage Publications.
- Lawrence, T., et al. (2013). Institutional Work: Current research, directions and overlooked issues. *Organization Studies*, 34(8), 1023-1033.
- Lawrence, T., et al. (2009). Theorizing and studying institutional work. In T. Lawrence., et al. *Institutional work: Actors and agency in institutional studies of organizations*, (pp.11-59). Cambridge: University Press.
- Lawrence, T., et al. (2011). Institutional work: Refocusing institutional studies of organization. *Journal of Management Inquiry*, 20(1), 196-214.
- Lima, A., et al. (2019). A institucionalização da cooperação: uma análise do trabalho institucional em uma comunidade vulnerável da região amazônica. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 21 (4), 683-705.
- Macedo, S. (2014, Fevereiro, 26). *Cachaça ganha status de bebida para ser degustada*. Folha Uol, Equilíbrio e saúde.
- Maciel, C., & Chaves, C. (2017). Informational status in intra-organizational networks: The role of knowledge sharing and structural holes. *Revista de Administração*, 52(2), 189-198.
- Menezes, E. (2014, Fevereiro, 08). *Cachaça mineira é escolhida a melhor do Brasil. Confira o Ranking*, R7.

- Morais, R. (2019). *A interrupção da informalidade no campo da cachaça de alambique: Uma análise do trabalho institucional de uma associação*. (Dissertação de Mestrado). UFLA.
- Ollivier, M. (2009). Status em Sociedades Pós-Modernas: A renovação de um conceito. *Lua nova*, 77, 41-71.
- Paiva, A. (2017). *Lógicas Institucionais e estratégia como prática: Um estudo em organizações do campo da Cachaça de Alambique* (Dissertação de Mestrado). UFLA.
- Piazza, A., & Castellucci, F. (2014). Status in organization and management theory. *Journal of Management*, 40(1), 287-315.
- Podolny, J. (1993). A status-based model of market competition. *American Journal of Sociology*, 52, 370-379.
- Powell, K., et al. (2017). Status and international alliance formation. *Multinational Business Review*, 25(2), 110-127.
- Rocha, E. (2017). Riqueza e status entre mulheres negras no Brasil. *Sociedade e Estado*, 32(1), 217-244.
- Rossoni, L., & Guarido Filho, E. (2015). O que faz um nome? Status, conselho de administração e características organizacionais como antecedentes da reputação corporativa. *Revista de Administração*, 50(3), 292-309.
- Sá-Silva, J., et al. (2009). Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. *Revista brasileira de história & ciências sociais*, 1(1), 1-15.
- Salata, A. (2016). Uma nova abordagem empírica para a hierarquia de status no Brasil. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 31 (92), 1-21.
- Santos, F. (2005, Junho, 6). *Cachaça terá selo de certificação federal*. SINDI, INDI.
- Saxton, M., & Saxton, T. (2011). Venture launch and growth as a status-building process. In J. Pearce (Ed.). *Status in management and organizations*, (pp.191-212). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Sasaki, I., et al. (2019). Family Firms as Institutions: Cultural reproduction and status maintenance among multi-centenary shinise in Kyoto. *Organization Studies*, 40(6), 793-831.
- Scott, W. (2001). *Institutions and organizations: Ideas, interests and identities*. Sage Publications: Stanford University.
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2019). *A cachaça de Alambique: um estudo sobre hábitos de consumo em Goiânia*. SEBRAE/GOIÁS.
- Silva, R. (2009). *Na embriaguez da cachaça: produção, imaginário e marketing* (Dissertação de Mestrado). UFU.
- Skvoretz, J., & Fararo, T. (2016). Status and interaction: A stochastic model for the measurement of macro-status value and the determination of micro-status ranking in task group interaction. *Socius: Sociological Research for a Dynamic World*, 2, 1-16.
- Souza, B. (2018). *Padronização e certificação da cachaça de alambique mineira: um estudo sob a perspectiva da análise de discurso crítica* (Tese de Doutorado). UFLA.
- Sundermann, J. (2018). *Estratégia como prática, lógicas institucionais e discurso: Um estudo em organizações de cachaça artesanal de Minas Gerais* (Tese de Doutorado). UFLA.
- Vilela, E. (2011). Sírios e libaneses: redes sociais, coesão e posição de status. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 26(76), 157-176.
- Wang, P., & Jensen, M. (2018). A Bridge Too Far: Divestiture as a Strategic Reaction to Status Inconsistency. *Management Science*, 65(2), 859-878.
- Weber, M. (1978). *Economy and society: An outline of interpretive sociology*. Berkeley: University of California Press.
- Zarpelon, F., et al. (2019). Uma década de trabalho institucional: contexto e oportunidades de pesquisa. *Organizações & Sociedade*, 26 (91), 750-775.
- Zvolska, L., et al. (2019). How do sharing organisations create and disrupt institutions? Towards a framework in the sharing economy. *Journal of Cleaner Production*, 219, 667-676.